http://www.monitor.co.at

Juli - August 2001

Monitor

Das Magazin für Informationstechnologie

Ausgabe 7/2001

ISSN 1021-271X P.b.b. Zul.Nr. 01Z020217K - Verlagsort Wien, Verlagspostamt 1110 Wien - Coverbild PhotoDisc

ÖS 42,-
€ 3,05

M-Business: Die Zukunft ist mobil

E-Payment

Linux ins Office - Die Alternative?

Verschlusssache Wirtschaftsspionage

Marktview: CRT-Monitore

„Die Kunden verlangen Bequemlichkeit!"
Oracle-Chef Larry Ellison im MONITOR Exklusiv-Interview

ISSN 1021-271X 07
9 771021 271014

Lotus

An IBM Company

NOKIA 9210 Communicator

Das mobile Büro ist keine Vision mehr. Ihr Arbeitsplatz ist, wo Sie gerade sind.

Sie brauchen keinen Laptop. Mit Lotus Wireless Solutions und dem Nokia 9210 Communicator können Sie online Dokumente vervollständigen und mit High-Speed versenden, haben ständigen Zugriff auf Workflow-Management-Services und können Online Tools für den Verkaufsaußendienst sowie interaktive Applikationen einsetzen.

Dank seiner kompletten Tastatur, seines Farbdisplays und der einfachen Navigation ist der Nokia 9210 Communicator leicht zu bedienen. Mit Lotus Wireless Solutions und dem Nokia 9210 Communicator ist Ihr Büro so mobil wie Sie selbst.

Wireless Solutions

Das ist Ihr Durchbruch!

Werden Sie noch heute Mitglied im Club Nokia unter www.club.nokia.at und profitieren Sie von den Vorteilen und Angeboten. Mit dem Club Nokia Webkalender steht Ihnen jetzt exklusiv eine Terminverwaltung auf Spitzenniveau zur Verfügung.

NOKIA

CONNECTING PEOPLE

www.nokia.at

Erfolgsgeschichte prolongiert

Mit unserer heurigen Sommerausgabe legen wir Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, auf 108 Seiten wiederum umfassende Informationen aus dem IT-Bereich vor. Damit halten Sie vor der Sommerpause bereits das neunte Monitor-Magazin in Händen (7 Monatshefte, Special Hardware, Special Kommunikation). Und wir sind besonders stolz darauf, dass immer mehr Leserinnen und Leser von diesem Angebot Gebrauch machen. Die Österreichische Auflagenkontrolle bestätigt uns für das 1.Quartal 2001 bereits eine Auflage von 17.166 Stück, die komplett an Sie verteilt wird. Bei einem üblichen Leser/Ausgabe-Schlüssel von 3:1 sind das rund 50.000 Leser.

Das wachsende Interesse am Monitor wird auch durch den außergewöhnlich erfolgreichen Online-Auftritt unseres Mediums belegt: der *Online-Monitor* (www.monitor.co.at) hat monatlich im Schnitt ebenfalls rund 50.000 Besucher mit durchschnittlich 250.000 Seitenabrufen. Vielen Dank für diesen Vertrauensbeweis !

Und Sie werden in Ihrem Interesse für unser „Magazin für Informationstechnologie" auch durch unabhängige Studien bestärkt. Eine kürzlich abgeschlossene Studie von Fessel/GfK im Auftrag der Computerwelt bescheinigt dem Monitor, dass er das meistgenutzte Monatsmagazin bei Österreichs relevanten IT-Entscheidern ist.

Dass die fundierte Fachinformation, die wir 14x pro Jahr liefern (11 Monatshefte, 3 Specials), Ihnen auch tatsächlich als Entscheidungshilfe bei Ihren IT-Investitionen dient, zeigt auch das konstante Vertrauen der Werbewirtschaft in den Monitor. Die überlegene Marktführerschaft unter den österreichischen IT-Monatsfachmagazinen beim platzierten Werbevolumen im Jahr 2000 bestätigt sich auch im 1.Quartal 2001. Diese gesunde finanzielle Basis unseres Magazins werden wir auch in Zukunft in die Qualität und Quantität unsere Print- und Online-Inhalte investieren (2000: ca. 1.000 Artikel im Printmedium; im Online-Monitor bereits rund 20.000 Seiten zur Volltextabfrage). Durch Kooperationen im Print- wie im Online-Monitor und den weiteren Ausbau unseres Autorennetzwerkes sind wir bestrebt, Ihnen auch weiterhin umfangreiche und nutzenbringende Berichterstattung zu allen Themen der IT im B2B-Bereich bieten zu können.

Eines der Kooperationsprojekte im Herbst ist die Mitwirkung des Monitor als offizieller Österreich-Medienpartner des internationalen IT-Marktforschungs- und -Beratungsunternehmens Gartner bei der Konferenz „Application Integration", 24.-25.9.2001, in Frankfurt/Main. Dazu schreibt Gartner-Spezialist Klaus Thomas auf S. 26 in diesem Heft: „Der Wunsch jedes IT-Verantwortlichen ist eine einheitliche Anwendungsarchitektur und eine homogene Systemumgebung. Die Realität in den meisten Unternehmen sieht jedoch so aus, dass die Systemumgebungen sehr heterogen sind. Diese Heterogenität wird in den nächsten Jahren eher weiter zu- als abnehmen. Daraus folgt, dass es sinnvoller ist, mehr für die Integration von Anwendungen zu tun und dafür Infrastrukturen zu schaffen, als zu versuchen, durch Architekturkonzepte die Systemumgebungen zu vereinheitlichen."

Im Rahmen ausführlicher Serien sind unsere Autorinnen und Autoren regelmäßig bedacht, Ihnen komplexe Inhalte oder Trends praxisbezogen nahezubringen. Neben unsere Serie über „Venture Capital" (Teil 6 ab S. 6) und der Euro-Serie (Teil 2 ab S. 20) haben wir in diesem Heft zwei Serien neu gestartet. Einerseits beleuchten wir, welche Sponsoring-Aktivitäten die heimischen IT-Unternehmen entfalten und welche Zielsetzungen sie dabei verfolgen. Den Start macht Compaq mit seinem Sponsoring für BMW-Williams auf S. 28.

Die andere Serie widmet sich dem Einsatz von Linux. Monitor-Autor Adolf Hochhaltinger hat sich für die erste Folge die praktische Frage gestellt:

DI Rüdiger Maier, Chefredakteur

Linux ins Office - Die Alternative? Mit der zwangsweisen Registrierung von Windows XP werde nämlich das Umsteigen auf ein anderes, kostenloses Betriebssystem immer attraktiver. Und für viele heiße bereits jetzt die Antwort: „Linux". Lesen Sie den ausführlichen Erfahrungsbericht ab S. 82.

Das Thema dieser Ausgabe ist dem „Mobile Computing" gewidmet. Das Monitor-Autorenpaar Ilse und Rudolf Wolf hat sich in der Welt der beinahe unbegrenzten IT-Mobilität umgesehen und die wichtigsten Trends für Sie herausgearbeitet. Und hier wird es ja einschneidende Veränderungen geben: Nach Voraussagen von Analysten werden 2003 nicht einmal mehr die Hälfte der Zugangsgeräte PCs sein. Ins Internet kommt man dann mit Set-top-Boxen oder mobilen Endgeräten. Der Trend zur Mobilität ist offensichtlich. Mehr dazu ab S. 44.

Einen erholsamen Urlaub sowie eine spannende und interessante Lektüre wünscht Ihnen Ihr

Inhalt

WIRTSCHAFT

6 Serie: Österreich und die neue Wirtschaft
12 Die britische IT-Industrie und Österreich
14 Ein starkes Team - Plaut Unternehmensporträt
18 E-Business: Schmerzhafte Konsolidierungsphase
20 Der EURO kommt, Teil 2: Die Tücken der EURO-Umrechnung
22 Electronic Entertainment Expo
23 Vom integrierten Unternehmensportal bis zum Date-Kanal
26 Konferenz: Integration von Unternehmens-anwendungen
28 Sponsoring: Compaq und BMW/Williams

LÖSUNGEN

32 Die Software macht den Unterschied im Speichersystem der Zukunft
33 Interviews gegen das Vergessen
36 Reibungslose Bankgeschäfte
38 Modedesign mit iGrafx Designer
40 Jet2Web OnlineShop auf Kurs mit SAP
41 Microsoft BizTalk Server 2000 zur Be-schleunigung der Auftragsabwicklung

THEMA: Mobile Computing

44 Mobile Zukunft
49 Netzbetreiber im Wandel
50 Vor Ort Identität stiften
52 M-Commerce optimiert den Zeitverzug bis zum Eintreffen im Büro
54 M-Commerce via WAP und SMS
55 Das Handy als Geldbörse
56 Mobiles Banking via WAP und SMS

E-WORLD

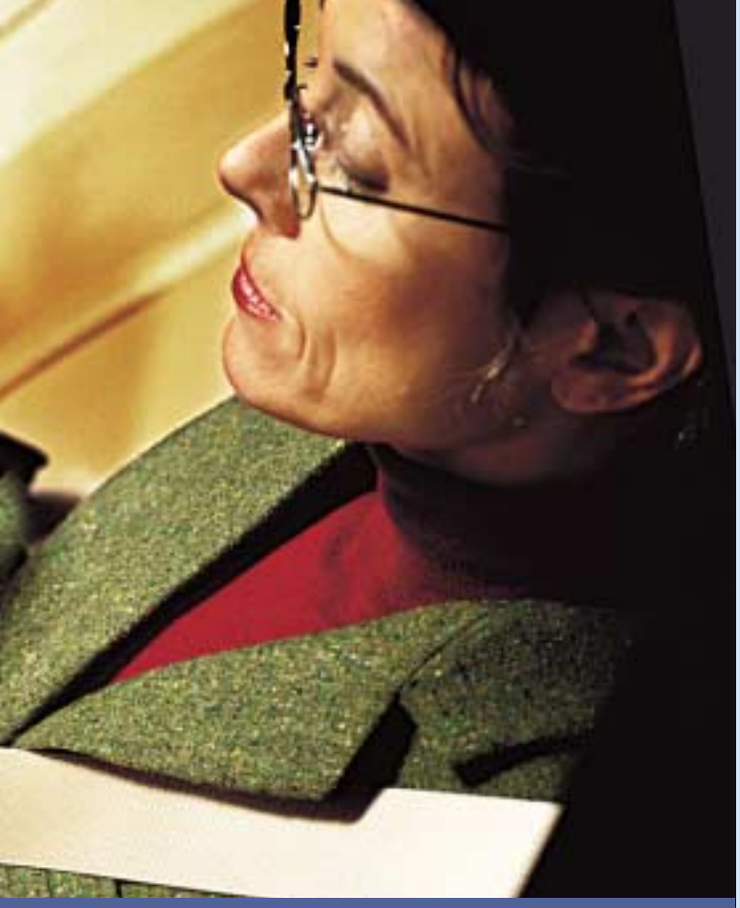
57 Die „Diskont-Standleitung“
59 Viel Lärm um Oracle9i
60 Marktnische Logistik
61 B2B-Portal für Klein- und Mittelbetriebe
62 Datendrehscheibe optimiert Service
63 Maschinelle Übersetzung: Babylon traut sich
64 Entscheidungsfindung für Manager - Hyperion Managing Director Österreich im Interview
65 Webstatistiken - Instrumente für Web-Erfolge
66 XML goes e-Business
68 Neuer Name Integris
69 SAS erweitert CRM-Angebot
70 E-Payment: Die Zukunft der Rechnung liegt im Internet

Die Zukunft ist mobil! IT und Telekommunikatio und verändern das Business.

Linux ins Office? - Linux ins Office! Eine neue Serie gibt die Antwort **Seite 82**

Der Fall „Echelon“: Wirtschaftsspionage und was dahintersteckt **Seite 101**

Juli - August/2001



tion verbinden sich zu neuen Anwendungen Seite 44

Online bezahlen, mobil bezahlen: Die Zukunft der Rechnung liegt im Internet! Seite 70

XML goes Business - Ein neuer Standard stellt sich vor Seite 66

NETZ & TELEKOM

Jack McMaster, President KPNQwest: Wir haben die besten Leute in der Branche!	72
Redundante Gigabit-Anbindung zum VIX	73
Höchste Sicherheit mit SVN	74
Schneller Layer-3 Switch - „Rapier“ von Allied Telesyn	76
Wie fit sind IT-Administratoren? - Sommercamp und Weiterbildung	77
IT-Sicherheit: Luxus oder unentbehrlich?	78
„Der Coole“ 19-Zoll KSI-Serverschrank	79
Neue Generation der Transmission Technology: SDSL	80
Schnelle Hilfe durch Helpdesk mit NetOp	81

HARD & SOFTWARE

Neue Serie: Linux ins Office - Die Alternative?	82
untermStrich - die ideale Mischung für das Büro	85
Notebook Acer TravelMate 202TE im Test	86
Professionelle Präsentation mit Folex: InFocus Daten-/ Videoprojektor	87
Test: Flatron LCD 577LH	88
Präsentieren per Fingerzeig	89
DMS und Archivsystem für SAP, Navision und sage KHK	90
Drucker: „Liquid-Laser“	91
Fujitsu-Siemens: Mehr Power für High-end-Server und Workstations	92
Evo - Neue Produktgeneration von Compaq	93

MARKTVIEW

Computerbilder wie gedruckt	94
Testbericht: Belinea mit 22 Zoll	95
Marktübersicht: CRT-Monitore	96

MONISKOP

Evan Mahaneys Leprechauns	80
Der Fall „Echelon“: Verschlusssache Wirtschafts-spionage	101
Eine boomende Branche auf dem Prüfstand: Frauen in den österreichischen Public Relations	103
Sommer-Lektüre	105

AUS DER REDAKTION

Editorial	3
Inserentenverzeichnis	106
Impressum	106

In Amerika tragen sie entscheidend dazu bei, dass Start-ups zu erfolgreichen Unternehmen werden. Sie stellen dort mehr Venture Capital zur Verfügung als die institutionellen Risikokapitalgesellschaften. Die Rede ist von jenen Privatpersonen, die die jungen Unternehmen mit Kapital und Know-how unterstützen und als sogenannte Business Angel dafür sorgen, dass aus einer guten Idee auch ein gutes Geschäft wird. Von der Öffentlichkeit kaum wahrgenommen gibt es sie auch in Österreich.

Christian Henner-Fehr

risikokapital.at

Österreich und die „Neue Wirtschaft“

Business Angel (BA) sind Privatpersonen, die in junge Unternehmen nicht nur Kapital, sondern auch Know-how investieren. Als Unternehmer haben sie bereits Geld und Erfahrung gesammelt und wollen es nun noch einmal wissen. In der Frühphase der Start-ups, wenn sich für die institutionellen Risikokapitalgesellschaften das Engagement noch nicht lohnt und den Banken das Risiko bereits zu groß ist, sind sie es, die den Unternehmensgründern unter die Arme greifen. Sie schließen damit nicht nur eine Finanzierungslücke („equity gap“), sondern sind mit ihrem Know-how, ihrer Erfahrung und ihren Kontakten den Start-ups eine überaus wertvolle Hilfe.

Wie wird man Business Angel? Fast immer handelt es sich um erfolgreiche Gründer, die nach dem Verkauf ihres Unternehmens über Kapital und Zeit verfügen, Spaß an der Arbeit haben und neue Herausforderungen suchen. Waren es früher vor allem ältere Unternehmer, die sich noch nicht auf ihr Altenteil zurückziehen wollten, so hat sich dies heute geändert. Gerade die New Economy hat vielen jungen Menschen Reichtum und Erfolg beschert. Die wenigsten denken an Ruhestand, sondern sind bereit, in neue und innovative Ideen zu investieren. Auch Christoph Papst ist einer von denen, die daran Gefallen gefunden haben. Es liegt wohl an seiner persönlichen Geschichte, dass er Business Angel geworden ist. Als Unternehmersohn hat Papst schon frühzeitig selbst Unternehmergeist entwickelt, unter anderem mehrere Unternehmen gegründet und so Erfahrungen gesammelt, die ihm nun als BA zugute kommen.

Erfolgreiche Unternehmer sind in Österreich eher öffentlichkeitsscheu

Wer sich in Österreich auf die Suche nach Business Angels begibt, wird schnell feststellen, dass sie sehr öffentlichkeitsscheu und dementsprechend schwer zu finden sind. Hinzu kommt, dass es sie noch nicht in großer Zahl gibt. Im Gegensatz zu den institutionellen VC-Gesellschaften liegt ihnen nichts an großer Bekanntheit. Viele haben nämlich Angst davor, mit Anfragen und Businessplänen von Start-up-Unternehmen überhäuft zu werden. Für Papst gibt es noch einen anderen Grund. Der österreichische Unternehmer treffe in unserer Gesellschaft sehr häufig auf Neid und meiden deshalb die Öffentlichkeit, ist er überzeugt.

So gestaltet sich die Suche nach einem Business Angel für Unternehmensgründer dementsprechend schwierig. „Eine österreichische Business Angel-Szene gibt es kaum“, so Papst, nach dessen Meinung die entsprechenden Kontakte hauptsächlich über persönliche Bekanntschaften zustande kommen. Hält man sich die Bedeutung der BAs für Unternehmensgründer in Amerika vor Augen, kann man mit der derzeitigen Situation in Österreich noch nicht zufrieden sein. Zunehmend erkennt man aber das Potenzial von BAs und versucht Strategien zu entwickeln, um noch mehr Gründer und Business Angel zusammen zu bringen.

Eine Möglichkeit dabei ist der Aufbau von Business Angel Netzwerken. Die Innovationsagentur ist schon Anfang 1997 diesen Weg gegangen und hat mit i2 eine Börse für Business Angels gegründet. i2 steht dabei für Ideen x Investment und stellt derzeit das einzige Netzwerk in Österreich dar. „Wir sind ein börseähnlicher Markt, der private Investoren und innovative Unternehmer zusammenbringt“, erläutert Mag. Renate Grabherr als Projektleiterin die Aufgabe des Netzwerks. „Mehr als fünfzig private Business Angel haben sich mittlerweile bei uns eingetragen und sind bereit, sich an Unternehmen mit innovativen Geschäftsideen zu beteiligen“, verweist sie auf die steigende Akzeptanz des BA-Netzwerks durch die Business Angels.

Business Angels bekommen die Informationen aufbereitet per Email zugeschickt

5000 Schilling kostet einen Unternehmer der Eintrag in die Datenbank. „Nach einem per-

Politik & Chronik

www.jet2web.net

Echte Nachrichtenaktualität im Web hat eine neue Adresse: www.jet2web.net. Hier finden Sie jetzt auf einen Klick alles, was läuft, kommt und geht. Von den Leitartikeln Österreichs bester Tageszeitungen bis zu Politik und Weltchronik in gänzlich neuer Tiefe und Breite. Blitzschnell redigiert, bestens recherchiert und jederzeit top-aktuell. Noch Fragen? Reinschauen und Sie wissen Bescheid.

Jet2web

Internet

sönlichen Gespräch werden die Daten in ein Datenblatt eingegeben und dann per E-Mail an die Business Angels verschickt", erklärt Grabherr die Vorgangsweise. Eine Woche haben diese nun Zeit darauf zu reagieren, das heißt, nach dieser Frist weiß der Unternehmer, woran er ist. Auch wenn keine Reaktion erfolge, sei dieses Geld nicht umsonst ausgegeben, glaubt Grabherr, denn auch daraus könne man Rückschlüsse ziehen, wie die eigene Idee von Investoren eingeschätzt werde. Kommt es innerhalb der ersten Woche zu keiner Interessensbekundung, bleiben die Daten natürlich in der Datenbank erhalten. Business Angels und Unternehmen haben darüber hinaus die Möglichkeit, ihre Daten in anonymisierter Form auf der Website von i2 (www.business-angels.at) zu deponieren, wo sie von Interessenten jederzeit eingesehen werden können. Stößt eine Geschäftsidee auf das Interesse der BAs, stellt i2 den Erstkontakt zwischen Investor und Unternehmer her. Die weiteren Verhandlungen laufen dann ohne das Team der Innovationsagentur ab. Kommt es zu einer Beteiligung durch einen oder mehrere Business Angels, wird auf Seiten des Unternehmers noch ein Entgelt fällig, das 1% des vermittelten Eigenkapitals beträgt.

Wer einen Business Angel an seiner Seite hat, kann sich dessen voller Unterstützung gewiss sein. Business Angels möchten wie die VC-Gesellschaften ihr Investment zu einem erfolgreichen Abschluss bringen und sind bereit, einiges dafür zu tun. Wenn es sein muss, begleiten sie den Unternehmer auch zu wichtigen Terminen. Christoph Papst sieht seine Aufgabe vor allem darin, „das Unternehmen VC-fähig zu machen. "

Denn ist die Frühphase erst einmal geschafft, sind weitere Investitionen nötig und dies in einer Größenordnung, die ein einzelner BA nicht mehr aufbringen kann, weshalb dann die institutionellen Investoren gefragt sind. So ist es auch falsch, Business Angels und Venture Capital Gesellschaften als Konkurrenten zu betrachten.

BAs stehen dem Start-up in einer Phase bei, in der es weniger ums Geld und mehr um unternehmerische Erfahrung geht. Venture Capitalisten hingegen spielen ihre Stärke dann aus, wenn es in weiteren Finanzierungsrunden um größere Investitionssummen geht.

Erst dieses Miteinander von Business Angels und Venture Capital Gesellschaften ermöglicht einen funktionierenden Risikokapitalmarkt. Während sich die VCs in Österreich bereits recht kräftig bemerkbar machen, ist die Business Angel-Szene hierzulande noch ein sehr zartes Pflänzchen. Aber bei entsprechender Pflege können wir auch hier mit kräftigem Wachstum und weiteren Erfolgen rechnen. ❑

Der Risikokapitalgeber: Mag. Christian Ebner (Ecos Venture Capital Beteiligungs AG)

„Dem Thema Beratung kommt bei uns große Bedeutung zu." - Für Mag. Christian Ebner, Investmentmanager bei Ecos Venture Capital Beteiligungs AG, ist das eine ganz logische Entwicklung, denn die in Wien beheimatete VC-Gesellschaft hat sich aus einem Beratungsunternehmen für Start-ups entwickelt. Die ersten Schritte in Richtung Risikokapital machte man als Inkubator, „wobei das Wort zu dieser Zeit hier in Österreich noch niemand kannte", wie Ebner versichert. Nach dem Gewinn mehrerer institutioneller Investoren und der Umwandlung in eine Aktiengesellschaft positionierte sich das Unternehmen dann 1998 als Risikokapitalgesellschaft. Die Konzentration auf Start-ups ist geblieben, was bedeute, dass Ecos in einer relativ frühen Phase in die Unternehmen investiere, so Ebner. „In dieser Zeit verwenden wir sehr viel Zeit dafür, Strukturen in den Unternehmen aufzubauen", spricht Ebner einen seiner Meinung nach wichtigen Aspekt im Wachstumsprozess der Start-up-Unternehmen an. „Gerade zu diesem Zeitpunkt müssen Strukturen geschaffen werden, auf die dann später gebaut werden kann", gibt er sich überzeugt. Auf der Suche nach innovativen Produkten und Geschäftsideen ergreifen die VCs häufig selbst die Initiative. Kooperationen mit Universitäten oder, wie in diesem Fall, mit dem Forschungszentrum in Seibersdorf werden eingegangen, um potentiellen Unternehmensgründern schon frühzeitig Hilfestellung anbieten zu können. Häufig seien es Techniker, die mit einer Idee kämen, erzählt Ebner und glaubt, dass diese sich im Gegensatz zu Akademikern „durch höhere Risikobereitschaft und ein ausgeprägtes Selbständigkeitsbewusstsein auszeichnen". Auf der anderen Seite sei aber nicht jeder Techniker auch ein guter Unternehmer. „Vor allem die Teamfähigkeit ist oft nicht so ausgeprägt, wie das zur Führung eines Unternehmens notwendig ist", schildert Ebner seine Erfahrungen. Es gibt also verschiedene Wege, über die Risikokapitalgeber und -nehmer zusammenkommen können. „Der Kontakt zur Firma Technology Medical Care kam beispielsweise über eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft zustande", berichtet Ebner. „Die Idee, mit ‚MT Connect' den Krankenhäusern ein System anzubieten, das auf Intensivstationen für Kosteneinsparungen und mehr Qualität sorgt, hat uns fasziniert", sagt er und verweist darauf, dass „wir vor einem Investment die Produkte einer eingehenden Betrachtung unterziehen." Unter verschiedenen Gesichtspunkten werde die Marktfähigkeit einer Idee zu bewerten versucht. Das Produkt müsse technologisch innovativ sein und über ein entsprechendes Marktpotenzial verfügen. Die ersten Umsätze sollten bereits vorhanden sein, denn es müsse erkennbar sein, dass es das Unternehmen auch ohne Risikokapital schaffe, führt Ebner die wichtigsten Kriterien an. „Mit unserem Investment möchten wir eigentlich nur den Wachstumsprozess beschleunigen", ergänzt er. TMC hat diesen Anforderungen eigentlich nicht ganz entsprochen, denn Umsätze gab es beim Einstieg durch Ecos Mitte des letzten Jahres noch nicht. „Aber das Produkt hat uns überzeugt", merkt Ebner an und beweist damit, dass es nicht immer streng nach den Regeln geht. Bei einer guten und innovativen Idee reagieren VCs nämlich durchaus flexibel. Diese Flexibilität wird dann auch später in der gemeinsamen Zusammenarbeit verlangt.

Sehr schnell können sich die Rahmenbedingungen für einen erhofften Markterfolg ändern und neue Strategien nötig machen. „VCs müssen deshalb über entsprechende Branchenkenntnisse verfügen, um gemeinsam mit dem Unternehmen schnell und flexibel reagieren zu können," verweist Ebner auf eine der Grundvoraussetzungen, um als Venture Capitalist mit den Invetsments die anvisierten Renditen zu erzielen. Aus der Beteiligung an TMC könne eine weitere Erfolgsstory werden, hofft Ebner und verweist auf die Erfolge der letzten Zeit. Nachdem die Arbeit der letzten Monate bereits erste Früchte trägt und das Interesse an ‚MT Connect' groß ist, stehen die Chancen dafür sehr gut. www.ecosventure.com

www.dingco.de

coolblue

17" LS702U

iiyama Vision Master Pro 1411

DIAMONDTRON® NF-Bildröhre,
0.25 mm Streifenmaske,
30-70 kHz, TCO 99.

€ 269,–*

Diamondtron® und DIAMONDTRON® NF sind eingetragenes Warenzeichen der Mitsubishi Corp. iiyama und Vision Master sind eingetragene Warenzeichen der iiyama Corp. · Alle iiyama-Monitore und LC-Displays sind Mac- und PC-kompatibel.
*Unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt. · Die Abbildung kann von dem tatsächlichen Produkt abweichen · Irrtum und Änderungen vorbehalten

iiyama

www.iiyama.at

Gebührenfreie Infoline: (00800) 44 92 62 72

Der Risikokapitalnehmer: Christian Bader (TMC AG)

Intensivstation und Risikokapital, auf den ersten Blick mag diese Kombination ungewöhnlich erscheinen. Wer jedoch dem Vorstandsvorsitzenden der Firma TMC - Technology Medical Care - AG (TMC AG), Ing. Christian Bader zuhört, merkt sehr schnell, dass hier mit ‚MT Connect' ein innovatives System entwickelt worden ist, das großes Chancen hat, in die Intensivstationen der Krankenhäuser Einzug zu halten. „Mit dieser Gesamtlösung aus Soft- und Hardware lässt sich neben einer verbesserten Qualität auch größere Wirtschaftlichkeit bei der Versorgung von Intensivpatienten erreichen", beschreibt Christian Bader die Vorzüge seines Produktes. Für Bader, der über eine langjährige Erfahrung im Umgang mit Krankenhäusern verfügt, sind die Begriffe Qualität und Wirtschaftlichkeit eng miteinander verbunden, „gerade im medizinischen Bereich", wie er ergänzt. „Therapie und Überwachung von Intensivpatienten sind ein sehr komplexes System und mit unserem Produkt geben wir denjenigen, die sich um den Patienten kümmern, ein Instrument in die Hand, das ihnen die Arbeit erleichtert", gibt sich Bader überzeugt. „Gerade durch die enge Zusammenarbeit zwischen der Universitätsklinik für Anästhesie und Intensivmedizin im AKH Wien wurde in der Startphase unser Produkt auf die in der Praxis benötigten Anforderungen optimiert", so Bader Während die ‚MT Connect-Box' medizinische Endgeräte wie Labor, Monitore, Spritzen- oder Infusionspumpen mit der Datenzentrale verbindet und so eine permanente Überwachung und Speicherung ermöglicht, lässt sich auch die Medikation mittels eines Barcodesystems weitgehend automatisieren und zeitgleich umfangreich dokumentieren. Wertvolle Zeit, die durch das mühsame händische Eingeben der Daten am Bildschirm verloren gehe, könne das Pflegepersonal nun für die Versorgung der Patienten nützen, verweist Bader auf Entlastung und Zeitersparnis für Pfleger und Schwestern. Aber auch der Arzt profitiere von diesem System, könne er doch den Zusammenhang zwischen Vitalparametern und der tatsächlich bereits verabreichten Medikation sofort ablesen und sehr rasch erkennen, ob Art und Dosis der Medikation eine Besserung beim Patienten bewirken. Natürlich lassen sich dadurch auch Kosten einsparen, denn durch ein exaktes und korrektes Verlaufsbild ist eine sehr viel präzisere Dosierung möglich. Mit der Einführung eines Barcodesystems können nun erstmals die Kosten ausgehend vom Patienten erfasst werden. Für Bader ist dies ein wichtiger Schritt hin zur Kostenwahrheit, „denn genaue Kostenaufstellungen sind bis jetzt nicht möglich". Analysieren lässt sich ebenfalls die Funktionstüchtigkeit und Wirtschaftlichkeit der Endgeräte, verweist Bader auf einen servicetechnischen Aspekt, „denn wir können nicht nur die Verwendungszeit eines jeden Gerätes exakt ablesen, sondern auch feststellen, wie oft und wie lange ein Gerät fehlerhaft bzw. ausgefallen gewesen ist." Verständlich, dass in Zeiten leerer Kassen der Auftritt des Wiener Unternehmens auf der letztjährigen Düsseldorfer MEDICA große Aufmerksamkeit erregt hat. Der Erfolg scheint vorprogrammiert und so muss man sich die Frage stellen, warum hier noch Risikokapital nötig ist, zumal das System bereits in Wien und Hannover läuft.

Bader verweist auf die hohen Entwicklungs- und Produktionskosten. „Als kleines Unternehmen haben wir nicht die Liquidität, um die Aufträge vorfinanzieren zu können", erklärt er das Problem. Nachdem die Banken abgewunken hatten und eine Übernahme für ihn nicht in Frage kam, landete er bei den VCs. „Mit ECOS Venture Capital haben wir dann einen Investor gefunden, der uns das nötige Kapital zur Verfügung stellte und bereit war, uns in unserer Entwicklung zu unterstützen", schildert Bader die Übereinkunft. Für ihn ist es wichtig, dass der VC-Geber auch über entsprechende Branchenkenntnisse verfügt, „denn gerade die Entscheidungsprozesse in Krankenhäusern sind ein sehr sensibles Feld und wer sich dort nicht auskennt, muss erkennen, dass der eigentliche Markteintritt schon vorbei ist, bevor er begonnen hat."

So sei gerade im VC-Bereich der intensive Kontakt zwischen den Partnern von sehr großer Wichtigkeit, ist sich Bader sicher und verweist gleichzeitig auf die gute Zusammenarbeit mit dem VC-Partner. Beide haben aber mit ihrem Engagement schon jetzt gezeigt, dass sich auch in Marktsegmenten, die nicht so in der Öffentlichkeit stehen, beachtliche Erfolge erzielen lassen. Auf die Fortsetzung dürfen wir gespannt sein. ❑

e-idea - eine neue Plattform für Unternehmensgründer

Neue Unterstützung für Unternehmensgründer versprechen Hewlett-Packard, Contrast Management Consulting und iLab24.

Mit e-idea haben die drei Unternehmen eine Plattform geschaffen, um „aus starken Ideen Unternehmen zu machen". Gesucht werden in den nächsten Monaten Ideen und Konzepte zum Thema „wireless world", denen man gemeinsam zum Durchbruch verhelfen möchte. Geboten werden neben der Beratung in den Bereichen Technologie, Vertrieb und Marketing auch Risikokapital und ein Netz an Kontakten. Für Deborah Ebrahim-Nehouray von Hewlett-Pakkard E-Services geht es vor allem darum, Hemmschwellen abzubauen und den potentiellen Gründern Mut zu machen. Sie spricht in diesem Zusammenhang von schlummernden Ideen, die man erst wachküssen müsse. „Wir benötigen keinen Businessplan, sondern uns genügt ein kurzes Konzept", setzt Ebrahim-Nehouray die Einstiegshürde bewusst niedrig an. Im Rahmen von e-idea stellt iLab24 200 Mio. Schilling Risikokapital für Unternehmensgründungen zur Verfügung. „Wir sehen uns als Entwicklungspartner, um aus attraktiven Geschäftsideen Unternehmen werden zu lassen", legt Rainer Bernert, Vorstand der Risikokapitalgesellschaft, seine Sichtweise dar und möchte e-idea als permanente Anlaufstelle für innovative Ideen verstanden wissen. Um Synergieeffekte möglich zu machen, beschränken sich die Gründungsmitglieder der Plattform auf einen Themenschwerpunkt. „Für uns ist wireless das Thema der Zukunft", so Albrecht Wagner von Contrast Management Consulting. Für Start-ups ergeben sich seiner Meinung nach interessante Perspektiven, denn die Zahl der Wireless-Anwender werde gewaltig ansteigen. Wagner begründet dies nicht nur mit dem hohen Nutzerpotential, sondern sieht auch einen hohen Realisationsdruck seitens der Telekommunikationsunternehmen. „Schließlich müssen sich die milliardenschweren Investitionen ja möglichst bald bezahlt machen", gibt er sich überzeugt. Wer mit den Initiatoren ins Gespräch kommen möchte, sollte die Networking-Events nicht verpassen. Informationen über Termine und die Plattform e-idea lassen sich auf der extra erstellten Website www.e-idea.at abrufen. ❑

*MINOLTA BRINGT FARBE INS BÜRO

JETZT KOMMT FARBE INS SPIEL. BEIM DRUCKEN, KOPIEREN UND SCANNEN. ALLES MIT EINEM GERÄT. VOLLDIGITAL. MIT BEEINDRUCKENDER QUALITÄT. UND BITS-SCHNELL. VON ALLEN ARBEITSPLÄTZEN BEDIENBAR. TYPISCH OFFICE-GESAMTLÖSUNG. WENN AUCH SIE FARBE INS BÜRO HOLEN WOLLEN, RUFEN SIE UNS AN: 01/87882-560, WIR FREUEN UNS AUCH ÜBER EINE E-MAIL: AT.MARKETING@MINOLTA.AT - ANTWORTEN AUF IHRE DETAILFRAGEN, WIE TECHNOLOGIEVERGLEICHE UND DRUCKKALKULATIONEN, FINDEN SIE UNTER WWW.MINOLTA.AT

MINOLTA

The essentials of imaging **www.minolta.at**

Haslinger, Keck

Die britische IT-Industrie und Österreich
Ein kleiner Ausflug in den globalen Wettbewerb

Neuesten Zahlen zufolge liegt die britische IT-Branche mit einem Jahresumsatz von rund 35 Milliarden Pfund Sterling im internationalen Vergleich an fünfter Stelle. Auch in Österreich sind einige große britische Unternehmen aktiv.

David Mohan

Großbritannien dient nicht nur als Fertigungsbasis für eine Reihe US-amerikanischer und europäischer multinationaler Konzerne, die hier PCs und andere Elektronikhardware für den europäischen Markt produzieren. (Bereits 1996 war Großbritannien Europas zweitgrößter Exporteur von Elektronikkomponenten und gleichzeitig größter Exporteur von EDV-Systemen.)

Die besondere Stärke des britischen IT-Sektors liegt in der Verfügbarkeit branchenspezifisch ausgebildeter Fachkräfte. Der prozentuale Anteil der IT-Ausgaben am Bruttoinlandsprodukt beläuft sich auf 3,2 Prozent, und 35 Prozent der in Europa hergestellten PCs werden in Großbritannien produziert. Zu den bedeutenden IT-Absatzmärkten gehören die Niederlande, die Vereinigten Staaten, Deutschland, Frankreich und die Republik Irland. Ein wichtige Stellung nimmt auch der britische Telekommunikationsmarkt ein. In letzter Zeit gerieten allerdings wegen der Versteigerung der UMTS-Lizenzen einige der bekanntesten und innovativsten Telekommunikationsunternehmen Großbritanniens, darunter unter anderem Vodafone Mannesmann und British Telecom (BT), stark unter Druck.

Britische IT in Österreich

Österreich hat trotz seiner geringen Größe schon immer eine gewisse Anziehungskraft auf die Investitionstätigkeit britischer Unternehmen aus unterschiedlichen Industriebereichen ausgeübt. Das liegt darin begründet, dass Österreich zum einen aufgrund seiner geographischen Lage mit angrenzenden Nachbarstaaten wie Ungarn und der Tschechischen Republik, zum anderen wegen seiner geschichtlichen Entwicklung als Zugang zu den osteuropäischen Volkswirtschaften gesehen wurde. Mit der Öffnung Osteuropas in den 80er Jahren verloren diese beiden Faktoren zunehmend an Bedeutung, da nun direkt Kontakte geknüpft werden konnten. Bis dahin hatten jedoch viele britische Firmen in Österreich Fuß gefasst und nutzen das Land noch immer als Sprungbrett für ihre Aktivitäten in Osteuropa.

Wie auch andere europäische Volkswirtschaften leiteten die aufeinanderfolgenden österreichischen Regierungen seit Ende der 80er Jahre die Liberalisierung der Wirtschaft des Landes ein. Damit wurden attraktive Möglichkeiten für ausländische Investoren geschaffen, da große, vormals staatliche oder stark regulierte Märkte wie der Telekommunikationssektor sich ausländischen Unternehmen öffneten.

Obwohl Österreich durch seine geringe Größe nicht als erster Anwärter bei der Investitionstätigkeit britischer Firmen gilt, ist Großbritannien zur Zeit siebtgrößter Handelspartner. Die britischen Güterexporte erzielten 1999 ein Volumen von 1,1218 Milliarden Pfund. Diese Statistik mag zwar beeindruckend sein, doch ist das Potential britischer IT-Unternehmen in Österreich noch lange nicht ausgeschöpft.

Es gibt jedoch Anzeichen für erste Änderungen dieser Einstellung. Der britische IT-Sektor, der weltweit als sehr dynamisch gilt, zeigt ein verstärktes Interesse an dem Land, und da der Wettbewerbsdruck auf den großen Märkten in den Vereinigten Staaten und in Deutschland immer stärker wird, sehen sich britische Firmen veranlaßt, neue Möglichkeiten in neuen Märkten wie Österreich aufzutun.

Zu den britischen IT-Unternehmen, denen es bereits gelungen ist, in Österreich Fuß zu fassen, gehören die Telekommunikationsgiganten Cellnet, Hutchinson 3G UK Ltd, One 2 One Personal Communications Limited und Orange PCS Limited.

All diese Unternehmen sind durch die gemeinsame Mitgliedschaft im Normungsgremium für den GSM-Standard, den Europäischen digitalen Mobilfunkstandard, Partnerschaften mit österreichischen Betreibern eingegangen. Dass all diese Unternehmen mit Sitz in Großbritannien gezielt Österreich angestrebt haben, spiegelt die Bedeutung dieses Markts für die Telekommunikationsbranche wider.

Die hohe Verschuldung, die britische Unternehmen im Rahmen der nationalen Versteigerung der UMTS-Lizenzen für die dritte Generation von Mobiltelefonen in Kauf genommen haben, macht es erforderlich, dass viele britische Mobilfunkbetreiber das investierte Kapital rückgewinnen müssen. Es ist deshalb zu erwarten, dass Großbritannien

sein Interesse auf diesem Sektor in Österreich und Osteuropa verstärkt.

In Bezug auf die tatsächliche physische Präsenz in Österreich war Vodafone Mannesmann das größte britische Telekommunikationsunternehmen auf dem österreichischen Markt, da Mannesmann seine Marktpräsenz im österreichischen Mobilfunksektor (tele.ring) bereits zuvor gefestigt hatte und diese bei der Übernahme in die Vodafone Group eingebracht hat. Inzwischen wurde tele.ring aber zu 100 Prozent an den US-Konzern Western Wireless International (WWI) verkauft

Auch Cable and Wireless ist in Österreich präsent und spielt eine wichtige Rolle in der Erschließung des Kommunikationsmarktes in allen großen Städten des Landes. Ein weiterer britischer IT-Gigant, Logica, ist zwar im Land nicht physisch präsent, arbeitet aber im Rahmen von Kooperationen mit österreichischen Partnern zusammen. Erst im Februar gab das Unternehmen bekannt, dass es ein neues Abrechnungssystem mit der Bezeichnung „Geneva" für den österreichischen Telekommunikationsbetreiber ONE implementiert habe, das diesen damit einen Schritt näher an den neuen Datenfunk-Standard GPRS (General Packet Radio Services) und die dritte Generation der Mobilkommunikation heranführt .

Die Telecom Gruppe COLT eröffnete im vergangenen Oktober ein großes *Internet Solution Centre* in Wien. Zu den Kunden der neuen Einrichtung zählen Active Agent, ein Banner-Provider, und U-Boot, einer der größten SMS-Anbieter in Österreich. Bei den oben genannten Firmen handelt es sich um die größeren britischen IT-Unternehmen, die die Attraktivität des österreichischen Marktes erkannt haben.

Auf grundlegenderer Ebene sind aber auch eine Reihe britischer IT-Hardware-Hersteller in Österreich präsent. Einer von ihnen ist City Electrical Factors, ein britischer Lieferant von IT-Ausrüstungen in Europa. Die Firma ist auf den Vertrieb elektrischer Hardware in ganz Europa spezialisiert und liefert Kabel, Elektro-Installationsrohre, Heizungs- und Beleuchtungsbedarf von Herstellern aus Großbritannien, Österreich und anderen Ländern Europas.

Kooperationen im Rahmen der EU

Als Mitglied der Europäischen Union nimmt Österreich am Technologietransfer unter den Mitgliedstaaten teil, zu denen auch Großbritannien gehört. Initiativen wie CORDIS, der Forschungs- & Entwicklungsinformationsdienst der Gemeinschaft, und die EU-Verbindungsbüros für Forschung und Technologie (IRC = Innovation Relay Centres) fördern und unterstützen Aktivitäten im Bereich Forschung und Innovation. Wissenschaftliche Ergebnisse werden dann EU-weit zugänglich gemacht. Das Fünfte Rahmenprogramm (RP5) ist ein von der EU finanziertes Forschungsprogramm mit einer Laufzeit bis 2002. Es wurde mit dem Ziel eingerichtet, Kontakte zwischen Industrie und Wissenschaft in EU-Ländern durch Bereitstellung finanzieller Mittel für gemeinsame Forschungsprojekte zu schmieden. Eines der sieben unter RP5 zusammengefassten Programme erstreckt sich auf die Informations- und Kommunikationstechnologie. Das Ziel des IST-Programms (Information Society Technologies) ist es, die Vorteile der Informationsgesellschaft für Europa zu verwirklichen. Das Programm wird von der Europäischen Kommission mit Unterstützung des IST-Ausschusses koordiniert, in dem Vertreter aus jedem Mitgliedstaat und den Assoziierten Ländern sitzen. Beide werden in ihrer Arbeit von einer unabhängigen 25-köpfigen IST-Beratergruppe unterstützt, die mit fachlichem Rat zur Seite steht.

Ein Großteil der technologischen Zusammenarbeit findet auf gemeinschaftlicher Ebene zwischen allen Mitgliedstaaten und nicht nur zwischen einzelnen Ländern statt. Der österreichische IT-Markt ist jedoch einer der letzten in Europa, der sich dem Wettbewerb öffnet, und ausländische Investoren ergreifen nur zu bereitwillig die sich ihnen bietenden Chancen.

Selbst wenn die britischen Exporte nach Österreich im vergangenen Jahr (von Januar bis Oktober 2000) zurückgegangen sind und mit 955 Millionen Pfund ein Minus von 6,2% gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres aufweisen und das Importvolumen aus Österreich 1,133 Mrd Pfund beträgt, so ist der bilaterale Handel doch relativ gering im Vergleich zu anderen EU-Partnern und bietet ein reichliches Ausbaupotenzial.

Davis Mohan ist Sonderkorrespondent des London Press Service

Text und Bild wurden und freundlicherweise von der Britischen Botschaft in Wien zur Verfügung gestellt.

Namen und Anschriften britischer Firmen

COLT United Kingdom, COLT Telecommunications, Beaufort House, 15 St Botolph Street, London, Großbritannien EC3A 7DT; Telefon: 0044 20 7390 3900; Fax: 0044 20 7390 3901;
Website: www.colt-telecom.com

Innovation Relay Centres, European Commission (UK IRC Co-ordinator), Colin Stewart, European Commission, DG Enterprise - Networks and Services, Innovation EUROFORUM, Office 2269, Rue Alcide de Gasperi, L-2920 Luxembourg; Telefon: +352 4301 38121

BT Cellnet Limited, 1 Leeds City Office Park, Meadow Lane, Leeds, Großbritannien LS11 5BD; Telefon: 0044 990 214000, Website:www.btcellnet.co.uk

Hutchison 3G UK Limited, 43 New Bon Street, London, Großbritannien W1Y 9HB; Telefon: 0044 20 7499 1886

One 2 One, Elstree Tower, Borehamwood, Hertsfordshire, Großbritannien WD6 1DT; Telefon: 0044 500 500121

Logica Stephenson House, 75 Hampstead Road, London, Großbritannien NW1 2PL; Telefon: 0044 20 7637 9111

City Electrical Factors, Mount Pleasant, Clough Street, Hanley, Stoke on Trent, Staffordshire, Großbritannien ST1 4AD; Telefon: 0044 1782 283 332

PLAUT

Orchestrating Your Success:
From Business Strategy to IT Reality.

IHR KONTAKT: PLAUT AUSTRIA GMBH · MODECENTERSTRASSE 14 · 1030 WIEN · T: ++43/1/795 70-0 · F: ++43/1/798 69 68 · WWW.PLAUT.AT · PLAUT@PLAUT.AT

Beim heurigen Wien-Marathon starteten gleich mehrere Plaut-Staffeln

Ein starkes Team

Die internationale Beratungsgruppe Plaut bietet Beratungsleistungen in den Bereiche Strategie-, Business- und IT-Consulting/Outsourcing an. Nun präsentiert sie sich mit neuem Logo und unter exklusiver Nutzung der Bildrechte des Gewandhausorchesters Leipzig. Monitor sprach mit dem Geschäftsführer Mag. Johann Grafl über Märkte, Marathons und Musik.

Rüdiger Maier

Im abgelaufenen Geschäftsjahr entwickelte Plaut für sich die neue Struktur des „Plaut Full Solution Approach", um sein umfassendes Leistungsspektrum stärker zu betonen. „Wir kommen ursprünglich aus der betriebswirtschaftlichen Beratung, haben aber heute ein umfassendes Leistungsspektrum zu bieten. Die drei Säulen sind die strategische und die betriebswirtschaftliche Beratung sowie der Bereich IT-Services", erläutert Grafl.

Der Slogan dazu heißt „think, design, enable, run" und verhalf dem Unternehmen im Jahr 2000 hierzulande zu einem Umsatz von rund 22 Mio Euro (302,7 Mio. ATS). In der Area Central & Eastern Europe (CEE) hat das Unternehmen Standorte in Österreich (Wien, Salzburg, Linz, Klagenfurt), Polen (Warschau, Gliwice), Slowakei (Preßburg), Tschechien (Prag, Ostrava), Ungarn (Budapest), Rumänien (Bukarest).

Übernahmen verbreitern das Angebot

Um die Breite an Dienstleistungen anbieten zu können, setzt das Unternehmen gerne auch auf Übernahmen. So flossen in die Plaut Austria die Firmen Syntacom und IOS ein, heuer wurde die österreichische TCG zu einer 100%-Tochter.

„Dieser Schritt brachte die wachsende Bedeutung des Geschäftsfeldes CRM für uns zum Ausdruck", so Grafl. Ein Schwerpunkt von TCG liegt in der Einbindung von Internettechnologien (eCRM) und damit der Personalisierung der Zielgruppenansprache über das Web. Gemeinsam will man die Beratung im Bereich CRM forciert ausbauen: „Die Implementierung von CRM-Lösungen in Unternehmen ist vor allem eine Frage der Organisation und der Ausrichtung aller Unternehmensaktivitäten auf den Kunden", weiß Grafl.

Mit Application Hosting sollen Kunden angesprochen werden, die das Betreiben solcher Lösungen an einen Partner auslagern möchten.

„Die neue ASP-Politik von SAP wird hier neue Märkte öffnen, in denen wir uns als optimaler Partner für IT-Outsourcing anbieten können", so Grafl. Hier gelte es den Firmen noch klarzumachen, dass sie damit ihr „Total Cost of Ownership" (TCO) deutlich reduzieren und sich auf ihr Kerngeschäft kon-

WEBSPHERE.
DIE SOFTWARE, DIE SICH AUF
IHR BUSINESS KONZENTRIERT.
generation e business
Über Internet zu verkaufen, war bis vor wenigen Jahren höchstens eine vage Idee. Inzwischen ist e-business längst selbstverständlich und heute verwenden wir die Webtechnologie schon, um ganze Unternehmen fit zu machen. Morgen werden Ihre Kunden, Ihre Geschäftspartner und Ihre Freunde bereits erwarten, dass Sie mittels Handy oder über andere wireless Lösungen auf Ihr e-business zugreifen können. Mit IBM WebSphere wird Ihre e-business-Lösung fit für die neuen Webtechnologien. Wir helfen Ihnen, Teil der neuen "generation e-business" zu werden: Der Business-Generation. Weitere Informationen unter ibm.com/software/at oder unter Tel. 0810 249 015.
IBM

Plaut Austria Geschäftsführer Mag. Johann Grafl: „Wir bieten heimischen Firmen die Möglichkeit, ihre Expansion mit uns oder unseren lokalen Partnern durchzuführen."

zentrieren können. Die von TCG in zahlreichen CRM-Projekten erworbenen Erfahrungen sind ein wichtiger Beitrag zur Weiterentwicklung des CRM-Angebotes auf der Basis der Softwarelösungen von SAP, update.com und Siebel.

Wachstum in Österreich und CEE

Auch die kürzlich von SAP-Chef Plattner ausgegebene Devise zur verstärkten Öffnung für Drittsysteme eröffnet dem Unternehmen gute Chancen: „Wir waren schon bisher als Integrator erfolgreich und können dieses Geschäft nun sicherlich weiter ausbauen", freut sich Grafl. Dabei zielt man traditionellerweise auf Großunternehmen, hat aber immer stärker auch die Mittelbetriebe im Visier. „In Österreich wollen wir noch stärker als Full Service Provider auftreten. Dabei wird in den nächsten Monaten das Thema Supply Chain Management besonders wichtig sein", blick Grafl in die nahe Zukunft.

Aber auch auf den Ostmärkten will man verstärkt präsent sein. Schon im ersten Quartal 2001 konnte das Unternehmen in CEE den Quartalsumsatz um 16% auf 9,2 Mio. Euro steigern. In Österreich fiel der Umsatzzuwachs mit über 27% besonders hoch aus.

So wurden etwa Projekte bei LAS, A.S. (Verwaltung der tschechischen Wälder), Hungaropharma in Ungarn und Heros S.A. in Polen (Tochterunternehmen der Wiener Städtischen) gestartet. Im Zuge der Internationalisierung österreichischer Unternehmen betreut man auch gerne diese Firmen im Osten und weltweit. Erfolgreiche Bespiele dafür sind etwa die Brau Union, die OMV sowie Red Bull. „Wir bieten heimischen Firmen die Möglichkeit, ihre Expansion mit uns oder unseren lokalen Partnern durchzuführen. Damit bleibt gewährleistet, dass überall die gleichen Prozesse laufen und das System erfolgreich arbeitet", weiß Grafl aus Erfahrung.

Dabei sei es besonders wichtig, eine einheitliche „Projektsprache" durchzuhalten, um so die Kommunikation einfacher zu gestalten. „Für Unternehmen mit Standorten in Osteuropa sind wir erste Ansprechpartner, wenn es um neue Strategien und integrierte IT-Lösungen geht. International präsent und national kompetent, verstehen wir die Anforderungen einer Unternehmenszentrale mit denen der Landesgesellschaften auf einen Nenner zu bringen", so Grafl.

Teamgeist ist wichtig

Heuer erwartet Grafl einen Umsatz von 340-350 Mio. ATS und will die Mitarbeiterzahl von derzeit 180 auf 200 aufstocken. Dabei sollen vor allem junge Mitarbeiter über die Plaut-Akademie das Rüstzeug für den späteren eigenverantwortlichen Einsatz erwerben. Einem vierwöchigen Trainigszyklus folgt hier die mehrmonatige Zusammenarbeit mit einem erfahrenen Spezialisten. „Nach etwa einem Jahr sollen junge Mitarbeiter so die gemeinsame Sprache und genügend Erfahrung mitbekommen haben, um selbst Projekte durchführen zu können", so Grafl. Zur Mitarbeitergewinnung sucht man auch die Zusammenarbeit mit Universitäten und vergibt Themen für Diplomarbeiten.

Um den Teamgeist des wachsenden Unternehmens zu stärken, setzt man auf gemeinsame Sportveranstaltungen wie Marathon, Fußball oder Go Cart-Rennen. So starteten beim heurigen Wien-Marathon gleich mehrere Plaut-Staffeln: „Das Klima im Unternehmen und die soziale Integration der Mitarbeiter ist für das Erreichen gemeinsamer Ziele und das Wohlbefinden jedes Einzelnen sehr wichtig.

Heute kann Motivation nicht mehr nur mit einem höheren Gehalt erreicht werden, es zählen zunehmend andere Werte", weiß Grafl. Auf die universelle Sprache der Musik setzt das Unternehmen beim neuen Markenauftritt: Die Bilder des Gewandhausorchesters Leipzig sollen verdeutlichen, wie wichtig heute das richtige Zusammenspiel vieler Menschen und Instrumente für das Gelingen eines IT-Projekts ist. ❑

Auf die universelle Sprache der Musik setzt Plaut beim neuen Markenauftritt

Plaut wurde 1946 von Hans-Georg Plaut gegründet, dessen Methode der Grenzplankosten- und Deckungsbeitragsrechnung zum Standardinstrument der Unternehmensführung geworden ist.

In enger Zusammenarbeit mit SAP wuchs das Unternehmen zu einem globalen Anbieter, konzentrierte sich dabei aber auf die Beratung. Heute gehört Plaut mit einem Umsatz von rund 291 Mio. Euro im Jahr 2000 , 35 Tochtergesellschaften in 18 Ländern (Australien, Brasilien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Irland, Italien, Kanada, Mexiko, Österreich, Polen, Rumänien, Schweiz, Slowakei, Spanien, Tschechien, Ungarn, USA) und weltweit derzeit ca. 2.000 Mitarbeitern als Full-Solution-Provider zu den führenden Consultinggesellschaften.

Seit dem 9. November 1999 wird die Plaut Aktiengesellschaft, Salzburg, am Neuen Markt der Frankfurter Börse notiert.

paybox**er** bezahlen mit dem **Handy**....

...und fahren auf **Porsche Boxster** ab!

HOCHEGGER|COM

Jetzt registrieren unter www.paybox.at

Gratis **paybox**en bis Jahresende*

Mach dein Handy zur Geldbörse. Jetzt!

Beim Internet-Shopping, beim Pizza-Bestellen, im Taxi oder bei mobilen Händlern. Und das Beste: Geld überweisen von Handy zu Handy - auch ins Ausland ohne Zusatzgebühren. Einfach, schnell und sicher. Jetzt neu in Österreich.

Lust auf das Porsche Boxster Cabrio?

Registrier dich bis 15. August bei **paybox** und du nimmst automatisch an der Verlosung des Porsche Boxster Cabrio teil, mit dem du - mit etwas Glück - zwei Monate lang durch Österreich flitzen kannst. **Alle **paybox** Kunden, die sich bis 15. August anmelden, können außerdem bis Jahresende ohne Grundgebühr **paybox**en. Los geht´s. Boxenstopp auf **www.paybox.at**. Registrieren und **paybox**er werden.

dein handy – deine geldbörse – deine **paybox**

paybox

Zusätzliche Infos und Gewinnspiel-Teilnahmekarten gibt´s unter www.paybox.at oder unter der kostenlosen Promotion-Hotline 0800 729 269.
*Bis 15. August registrieren und bis Jahresende ohne Grundgebühr payboxen. ** Die Teilnahme am Porsche Boxster-Gewinnspiel ist unabhängig von einer Registrierung bei paybox. Nicht teilnahmeberechtigt sind Mitarbeiter von paybox und deren Angehörige. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Der Preis kann nicht in bar abgelöst werden.

Noch vor einem halben Jahr sonnte sich die E-Business-Branche in Hype-Stimmung, jetzt bläst ihr ein Sturmtief entgegen. Auch das US-Unternehmen Ariba, eines der Flaggschiffe der New Economy und Spezialist für E-Procurement und B2B-Marktplätze, segelt seit einigen Monaten in rauheren Gewässern. MONITOR sprach mit Peter Bernard, Ariba Director Marketing Central Europe.

Dominik Troger

E-Business: Schmerzhafte Konsolidierungsphase

Die E-Business-Hype ist vorbei, jetzt wird wieder seriös gearbeitet?
Wir befinden uns in einer Phase der Konsolidierung und Marktbereinigung, die abzusehen war. Leider war die Hype ebenso überzogen wie der jetzige Einbruch, der für alle Unternehmen sehr schmerzhaft ist, und ganz besonders für jene, die sich bereits in diesem neuen Marktsegment profiliert hatten.

Haben sich die Unternehmen da zu sehr mitreißen lassen?
Ich kann Ihnen das sehr gut am Beispiel von Ariba erklären. Der Forecast von Ariba für das Geschäftsjahr 2000 (1.10.99-30.9.00) plante einen Umsatz von rund 80 Millionen US-Dollar - real wurden es aber 279 Millionen! Darauf basierende Berechnungen für das Jahr 2001 kamen auf 700 bis 800 Millionen US-Dollar. Im ersten Quartal 2001 lagen wir mit 180 Millionen noch im Plan und machten sogar Gewinn. Im 2. Quartal waren es aber nur noch 90 Millionen. Wenn hochgeschraubte Erwartungen nicht erfüllt werden, sticht das natürlich besonders ins Auge.

Waren sie nicht ein bißchen zu hoch geschraubt?
Vorsichtige Schätzungen wären in Anbetracht der damaligen Börsensituation absolut kontraproduktiv gewesen. Und wenn dann plötzlich fünf, sechs Großprojekte, die eigentlich schon unter Dach und Fach sind, aufgrund der Marktverunsicherung verschoben werden, dann schlägt dass natürlich voll durch.

Aber diese Unwägbarkeiten sind deutliche Kennzeichen eines neuen, noch wenig entwickelten Marktes. Es ist für alle, auch für die Analysten, momentan äußerst schwer, Prognosen zu machen. Deshalb kann auch niemand sagen, wie lange dieser Negativ-Trend wirklich dauern wird. Aber natürlich werden wir alle in einem halbem Jahr die Situation schon viel besser einschätzen können als jetzt.

Diese Analysten waren Ariba in den letzten Monaten auch nicht immer wohlgesonnen...
Wie gesagt, es ist sehr schwer, hier zu klaren Aussagen zu kommen. Außerdem ist da vieles einfach aus Unkenntnis gesagt und geschrieben worden. Das betrifft vor allem die viel zitierten Ariba-kritischen Statements der Gartner Group, die in der betreffenden Studie weder aktuelle Ariba-Produkte noch die gegenwärtige Unternehmensstrategie berücksichtigt hat.

Wie steht es jetzt also wirklich um Ariba und den B2B-Markt?
Ich schätze das langfristig sehr positiv ein. Es gibt noch sehr viele Möglichkeiten, die nicht ausgeschöpft sind. Nehmen wir als Beispiel E-Procurement als B2B-basierendes internes Beschaffungswesen. Hier können Unternehmen enorme Kosteneinsparungen erzielen, die direkt in den Profit fließen. Ein gutes Beispiel dafür ist BMW, die übrigens Software von Ariba einsetzt. BMW hatte Tausende Lieferanten, jetzt haben sie ein paar hundert - und sie können bessere Konditionen herausschlagen. Hier ist man allerdings von Anfang an den richtigen Weg gegangen und hat diese Lösungen aus einem kleinen, regionalen Bereich langsam auf größere Einheiten ausgeweitet. Wo es derzeit weniger gut läuft sind die klassischen, offenen B2B-Marktplätze.

Warum?
Interne Marktplätze oder E-Procurement funktioniert nach dem Prinzip „one to many", offene B2B-Marktplätze nach dem Pinzip „many-to-many", also viele Lieferranten, viele Einkäufer.

Hier kann man vor allem Umsatz generieren. Aber dazu braucht es ein sehr hohes Verkehrsaufkommen, wie auf einem richtigen Markt. Außerdem haben die Unternehmen nur etwas davon, wenn sie ihre internen, „defensiven" Aufgaben schon vorher gemacht haben - und da gibt es noch großen Nachholbedarf.

Noch auf der CeBIT hat Ariba eine „Value Chain Management-Strategie" ankündigt. Fehlt nach Scheitern der Übernahme von Agile Software da jetzt nicht ein wichtiger Software-Baustein?
Der Einbruch an den Börsen hat diese Akquisition verhindert. Andererseits hat sich inzwischen das gesamte Marktumfeld derart verändert, dass für einen absehbaren Zeitraum Ariba diese Strategie auch ohne Agile weiterverfolgen kann. Es stellt sich ohnehin immer mehr heraus, dass es in der New Economy auf die richtigen Partnerschaften zum richtigen Zeitpunkt ankommt. Ich kann bei einer Ausschreibung zusammen mit einem Partner auftreten und bei der nächsten Ausschreibung ist dieser Partner dann wieder ein Mitbewerber.

Ariba hält sich stark an IBM. Manche meinen, sie hätte sich besser an einen ERP-Anbieter wie SAP „angelehnt".
Ariba zählt zu den strategischen Partnern von IBM. Aber Sie spielen hier sicher auf die Kooperation des Ariba-Mitbewerbers Commerce One mit SAP an. Mag sein, dass Commerce One derzeit von dieser Partnerschaft profitiert. Langfristig sehe ich allerdings zwei Szenarien: SAP lässt Commerce One fallen, sobald es deren Technologie „inhaliert" hat oder es übernimmt sie.

Ariba ist von diesen Übernahmespekulationen auch nicht ganz frei.
Niemand in dieser Branche kann sagen, welche Unternehmen es in fünf Jahren noch geben wird. Aber es ist Tatsache, dass es immer einige geschafft haben, groß zu werden. Auch SAP und Oracle waren einmal kleine Unternehmen und eine IBM hat Microsoft und Intel groß werden lassen. Ariba hat sehr gute Voraussetzungen, um auch in den nächsten Jahren erfolgreich und eigenständig zu sein.

Herzlichen Dank für das Gespräch.

PLEXWRITER 16/10/40A

CD-Rewriter

- 2 MB Datenpuffer (mit BURN-Proof Technologie)
- Schnittstelle : E-IDE (ATAPI)
- 16x Schreiben
- 10x Wiederbeschreiben
- 40x Lesen
- Special ON-SITE Collect&Return Service

BURN-Proof™
STOPS BUFFER UNDERRUNS

PLEXTOR EUROPE - EXCELSIORLAAN 9, 1930 ZAVENTEM, BELGIEN – TEL : +32 2 725 55 22 – FAX : +32 2 725 94 95 – www.plextor.com

BURN-Proof is a trademark of SANYO ELECTRIC CO., LTD.

PLEXTOR

Wie schon im ersten Teil dieser Euro-Serie gezeigt, sind viele Unternehmen noch keineswegs auf die Euro-Einführung ausreichend vorbereitet. Die größte Herausforderung wird allerdings die Zeit der verpflichtenden doppelten Preisauszeichnung (ab 1.10.2001) und jene Zeitspanne zwischen 1.1. und 28.2.2002 sein, in welcher beide Währungen de facto parallel im Umlauf sind.

Werner A. Leeb

Die Tücken der EURO-Umrechnung

Viele Unternehmer meinen, dies sei doch alles kein Problem und ein alter Hut, habe man doch bislang auch „Fremdwährungen" umgerechnet und kein Problem damit gehabt. Da gebe ich ihnen teilweise durchaus recht, doch waren die meisten Branchen bislang weder in der Intensität noch in einer vergleichbaren „Breite" davon betroffen.

Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter, der direkt oder indirekt mit dem Geldverkehr zu tun hat, vor allem natürlich all jene, die in bargeldintensiven Branchen wie Einzelhandel und Gastronomie arbeiten, werden sich einer wahren Flut von Um- und Abrechnungsvorgängen gegenüber sehen. Verschärft wird die Situation vor allem durch die Tatsache, dass von 1.1. bis 28.2.2002 auf gezahlte Schillingbeträge nur mehr Euro-Beträge herausgegeben werden sollten, um den Schillingumlauf so rasch wie möglich zu verringern. Gerade für diese Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden frühzeitige Einschulungen hinsichtlich des Euro-Bargeldes (Wie sehen die einzelnen Münzen und Banknoten tatsächlich aus? Was sind die Sicherheitsmerkmale und woran kann ich Fälschungen erkennen? Etc.) sowie dessen Um- und Abrechnung notwendig sein. Zu diesem Zweck ist es für Betriebe bargeldintensiver Branchen sehr zu empfehlen, sich frühzeitig Startpakete bei den Hausbanken zu besorgen und die Mitarbeiter damit vertraut zu machen.

Wichtiges zur Umrechnung

Achtung vor jeder Form „oberflächlicher" bzw. „verkürzter" Be- bzw. Umrechnung von Euro- und anderen Währungsbeträgen. Das Euro-Währungsanbengesetz sieht ganz eindeutige Regeln für die Ausgabe und Umrechnung von Währungsbeträgen aller Art vor.

Folgende Umrechnungskurse sind seit 1.1.1999 gemäß ISO-Code EUR fix:

- 1 Euro = 13,7603 Öst. Schilling (ATS)
- 1 Euro = 40,3399 Belg. Francs (BEF)
- 1 Euro = 340,750 Gr. Drachmen (GRD)
- 1 Euro = 0,787564 Irische Pfund (IEP)
- 1 Euro = 1,95583 Dt. Mark (DEM)
- 1 Euro = 5,94573 Finn. Mark (FIM)
- 1 Euro = 166,386 Span. Peseten (ESP)
- 1 Euro = 6,55957 Frz. Francs (FRF)
- 1 Euro = 1936,27 Ital. Lire (ITL)
- 1 Euro = 40,3399 Lux. Francs (LUF)
- 1 Euro = 2,20371 Holl. Gulden (NLG)
- 1 Euro = 200,482 Port. Escudos (PTE)

Regeln zur Umrechnung

Der Umrechnungskurs ist stets mit allen sechs Stellen zu berechnen (gleich welche Währung in/von Euro umzurechnen ist).

Der inverse Umrechnungskurs - also 1 ATS = 0,072672... Euro - darf nicht verwendet werden, da sonst Rundungsdifferenzen entstehen können.

Beträge, die ausgezahlt oder verbucht werden, sind kaufmännisch auf die zweite Stelle nach dem Komma zu runden (kaufmännische Rundung: bis zum Wert 4 auf der dritten Nachkommastelle wird abgerundet, ab dem Wert 5 aufgerundet):

Beispiel:
101,90 ATS : 13,7603 = 7,40**5**3618 gerundet sind das 7,41
22,90 ATS : 13,7603 = 1,66**4**2079 gerundet sind das 1,66

Kreuzkurse zwischen den nationalen Währungen der Euro-Staaten sind grundsätzlich nicht mehr zulässig (seit 1.1.1999). An ihrer Stelle ist mittels Dreiecksmethode von einer Währung in die andere umzurechnen, also z.B. von ATS in Euro und weiter von Euro in Franz. Francs. Zu beachten ist, dass der Euro-Wert nicht unter drei Nachkommastellen gerundet werden darf, da sonst zu große Rundungsdifferenzen entstehen. Die Ergebnisse in nationaler Währung können wiederum auf zwei Nachkommastellen gerundet werden (außer bei der ital. Lira, die auf ganze Stellen gerundet wird).

Beispiel:
29,90 ATS : 13,7603 = 2,1729177
gerundet 2,173 x 6,55957 = 14,25 FRF

Kreuzkursberechnung:
ATS : FRF = 2,0976648 Kreuzkurs gerundet 2,1
29,90 ATS : 2,10 = 14,238095 FRF gerundet 14,24 FRF
29,90 ATS : 2,0976648 = 14,253946 FRF gerundet 14,25 FRF

Anhand dieses Beispiels erkennt man, dass Kreuzkurse, vor allem wenn sie nicht mit mehr als 3 Nachkommastellen gerechnet werden, zu Rundungsdifferenzen führen. Bei großen Beträgen und zahlreichen Transaktionen ergeben sich hiermit eklatante Ergebnisunterschiede. Kreuzkurse sind daher NUR dann zulässig, wenn sie zum exakt gleichen Ergebnis führen, wie die Berechnung mittels Dreieckmethode.

Sogenannte „Lederhosenkurse", wie sie vor allem in Tourismusgebieten üblich sind (etwa 1 DEM = 7 ATS oder gar 6,80 ATS), entsprechen in keiner Weise der gesetzlichen Regelung - vorgeschrieben sind die offiziellen Euro-Kurse zwischen Euro-Staaten. Diese „Tourismuskurse" werden meist damit begründet, dass demjenigen, der nationale Währungen (wie DEM, FRF, ITL etc.) annimmt, durch den Umtausch in ATS hohe Bankgebühren entstehen. Dies ist zwar korrekt, sollte jedoch nicht in den Kurs „eingerechnet" werden, sondern vielmehr extra in Rechnung gestellt und damit transparent gemacht werden.

Drittstaaten-Währungen, wie etwa das britische Pfund, US-Dollar usw., sind seit 1.1.1999 nur mehr im Verhältnis zum Euro angegeben und sind daher auch nur über den Euro umzurechnen.

Probleme mit Rundung, Summierung usw.

Wie wir schon in obigem Beispiel gesehen haben, können durch die Umrechnung von nationalen Währungen in den Euro Rundungsdifferenzen an der zweiten Nachkommastelle entstehen. Diese Beträge bewegen sich bei maximal 6-7 Groschen pro Betrag und gleichen sich durch ein relativ ausgeglichenes Verhältnis von Auf- und Abrundungen meist wieder aus. Bei Summen- und Saldenlisten entstehen hier jedoch kumulative Effekte, wenn z.B. alle Einzelbeträge in Euro umgerechnet werden würden und erst dann eine Summierung oder Saldierung erfolgt.

Beispiel:

ATS	25,—	€ 1,82
ATS	32,90	€ 2,39
ATS	99,90	€ 7,26
ATS	19,—	€ 1,38
ATS 176,80 = € 12,8**4**		€ 12,8**5**

Das Euro-Währungsabgabengesetz sieht daher vor, dass immer erst die Salden oder Summen (von Rechnungen, Kassenbons usw.) in die jeweils andere Währung umzurechnen sind.

Noch deutlicher wird dieser Unterschied zwischen Einzelbetrags- bzw. Ergebnisumrechnung bei Berechnungen, die Multiplikationen gleichlautender Beträge umfassen.

Beispiel:
Kostenvoranschlag für 3000 Packungen Kopierpapier

Ergebnisumrechnung: 1 Packung Kopierpapir = ATS 13,- x 3000 = ATS 39.000,- = € 2834,24
Einzelwertumrechnung: 1 Pkg Kopierpapier = ATS 13,- = (gerundet) € 0,94 x 3000 = € 2.820,-
Die Differenz bei diesem relativ kleinen Betrag beträt bereits € 14,24 = ATS 195,95. Es sollte daher gerade in diesen Fällen nach der ersten Methode berechnet werden!

Desto kleiner die von/in Euro umzurechnenden Einzelbeträge sind, umso gravierende sind die (prozentuellen) Rundungsdifferenzen.

Beispiel:
Der Einzelpreis für eine kleine Schraube mag z. B. ATS 0,90 betragen, was einem Euro-Betrag von € 0,0654055 entspricht, gerundet also € 0,07.

Die Rundungsdifferenz von € 0,0045945... (= ATS 0,06322... also etwas mehr als 6 Groschen) macht bereits 6,7% des Gesamtbetrages aus.

Gleiches geschieht, wenn Währungsbeträge in Euro und wieder zurück gerechnet werden müssen und die Euro-Zwischensummen gerundet wurden.

Beispiel:
ATS 199,90 : 13,7603 = € 14,5273 gerundet € 14,53
€ 14,53 x 13,7603 = ATS 199,93716 gerundet ATS 199,9**4**

In der nächsten Ausgabe werden wir uns konkret mit Preisauszeichnung, Preisgestaltung und weiteren Problemen der Bargeldhandhabung beschäftigen. ❑

EURO-Checkliste

Wie lange darf die Buchhaltung in ATS/DM geführt werden?
Bis einschließlich 31.12.2001. Das Rechnungswesen für steuerliche Zwecke ist ab dem 1.1.2002 stets und insgesamt in EURO zu führen.
Ab wann muß die Jahresbilanz in EURO erstellt werden?
Der Jahresabschluss muss ab dem 1.1.2002 in EURO aufgestellt werden. Rechtlich ist das letzte Jahr, in dem in ATS bilanziert wird, 2001.
Welche Währung gilt für die Buchführung zwischen 1.1.1999 und 1.1. 2002?
Es herrscht freie Wahl, betriebsinterne Buchungen können auch weiter in ATS geführt werden.
Muß die Währung der Buchführung und die Währung des Jahresabschlusses übereinstimmen?
Ja. Ab dem 1.1.2002 ist das Rechnungswesen für steuerliche Zwecke stets in EURO zu führen.
Wann muss in EURO konvertiert werden?
Sämtliche Buchungen von Vorgängen nach dem 1.1.2002, die für steuerliche Zwecke relevant sind.
Bei Umstellung des Rechnungswesens im Verlauf eines Wirtschaftsjahres müssen Buchungen von Vorgängen seit Beginn des Wirtschaftsjahres bis zum Zeitpunkt der Umrechnung in EURO rückkonvertiert werden.
Gibt es die Möglichkeit, eine Halbjahresbilanz/Rumpfbilanz zurück zu konvertieren?
Das Geschäftsjahr muß komplett umgestellt werden. Ausnahme: weicht das Wirtschaftsjahr vom Kalenderjahr ab, so ist eine unterjährige Umstellung für die Jahre 1998/99 und 99/00 ohne Rückkonvertierung zulässig!
Was ist für die Lohn- und Gehaltsbuchhaltung zu beachten?
Bei Umstellungen während eines Kalenderjahres ist das Personal ab- und anzumelden, um die Jahresmeldung bei der Sozialversicherung ordnungsgemäß erstellen zu können.
Ist die Konvertierung der Anlagenbuchhaltung z.B. für abgeschriebene Wirtschaftsgüter mit Erinnerungswert möglich?
Abgeschriebene Wirtschaftsgüter werden in der Bilanz mit einem Erinnerungswert aktiviert, auf einem Sammelkonto erfasst und in die Bilanz gestellt. Der Erinnerungswert ist auch nach der EURO Umstellung beizubehalten.
Was ist beim Einsatz von Individualsoftware zu beachten ?
Beim Einsatz vom Individualsoftware für die Logistik und Standardsoftware für die Finanzbuchhaltung, sind die Systeme und Schnittstellen auf ihre EURO-Tauglichkeit zu testen.

Die Checkliste wurde von J. Markus Schäfer, ORDAT, Leiter Marketing, Mitglied der Geschäftsleitung, erstellt.

http://www.ordat.com

Für die Hersteller von Videospielen und Konsolen steht Weihnachten vor der Tür: die erhoffte Wiedergeburt des ermüdeten PC-Geschäfts. Doch für Sony, Nintendo und Microsoft, die großen Drei der Spielkonsolen und ihre ebenso marktmächtigen Spieleentwickler wie Electronic Arts und Sega naht das Fest nicht mit himmlischen Schalmeien, sondern mit deftigen Schieß- und Prügelspielen für harte Männer. Genauer: für Kinder und solche, die es bleiben wollen.

Werner Schulz

Electronic Entertainment Expo: Konsolidierung und Konvergenz, riesige Zuwachsraten

Die glänzenden Perspektiven für das Videospielgeschäft wurden kürzlich auf der Electronic Entertainment Expo klar - auch wenn für 2001 eine flache Wachstumsdelle droht. Die E3 hat sich klug am Hollywood-Standort Los Angeles eingenistet - die thematische Konvergenz der Videospiele und des Online-Gaming mit populären Stoffen und Figuren aus Filmen und TV-Serien war nicht zu übersehen.

Je nach dem, wie man den Schnitt legt, haben die Videogames die Einspielergebnisse der Film-, TV- und Videounterhaltung schon überrundet. Der britische Marktforscher Informa Media Group schätzt den Weltmarkt für Hard- und Software dieses Jahr auf knapp 50 Mrd. Dollar. In fünf Jahren soll sich das auf knapp 86 Mrd. Dollar auswachsen - ein Zuwachs um 71%. Konsolen und Spiele liegen zurzeit mit je 9,5 Mrd. Dollar etwa gleich auf. PC-Spiele kommen auf 7,12 Mrd. Dollar. Noch dominieren mit 13,9 Mrd. Dollar die Arcade-Games - doch bis 2006 werden sie um 23% gegenüber dem Heimsektor zurückfallen. Den größten Boom könnte der Markt für mobile Spiele auf Handys und PDAs erleben: von heute 760 Mio. Dollar auf 11 Mrd. Dollar. Diese satten Zuwachsraten sind eine verlockende Neuauflage des PC-Booms vergangener Zeiten.

An die 145 Millionen US-Bürger sitzen regelmäßig vor ihren Spielkonsolen und dünnen so die TV-Zuschauer und PC-User aus. Ihr Durchschnittsalter ist auf 28 Jahre gestiegen. Mehr als 43% sind weiblich. Das sind Umschichtungen in einem Markt, den der Anführer Sony bislang mit 27 Millionen seiner PlayStations bedient. Nintendo hat vom N64 17 Millionen abgesetzt. Segas Dreamcast-Konsole hingegen stagnierte mit 3 Mio. auf dem dritten Platz - nicht genug, um sie weiter zu fertigen. Die Konsolidierung ist also im vollem Gange. Was einer Konsole zum Durchbruch verhilft, sind nicht mehr Turbodaten und technische Finessen. Es ist der attraktive „content", in smarter Abstimmung auf die Plattform: Nintendos N64 schaffte es mit Mario, Segas Dreamcast und auch Sonys PlayStation 2 (in den USA) mit NFL-Football. Zu fragen ist, womit der Herausforderer Microsoft seine Xbox im Markt platziert. Noch profilieren sich die drei Konsolenanbieter mit inkompatibler Technologie. Damit binden sie ihre Zielgruppen: Nintendo die ganz Jungen, jetzt mit dem Game Boy Advance, Sony quer durch die Reihen, und Microsoft auch die über 30-Jährigen mit PC-Biografie. Wie lange die Kostenbasis der Spieleanbieter und ihrer Lizenzgeber in Hollywood das zuläßt, ist offen. Der Preispunkt der Konsolen ist bereits einheitlich: Sony und Microsoft verlangen 300 Dollar für die PlayStation 2 und die Xbox; Nintendo, mit einfacherer Auslegung des N64-Nachfolgers „GameCube", setzt 200 Dollar an. Game Boy Advance, für Einsteiger, soll 100 Dollar kosten. Somit sind die Konsolen eigentlich nur Anschub für andere aktuelle Initiativen: Breitband, Set-Top-Box, Internet-Kommunikation, PC-Ersatz.

„Der Wettbewerb wird sich verändern, weil wir neu ins Geschäft einsteigen" - Microsoft-Manager Boris Schneider-Johne

Da zeigen sich Unterschiede. Sonys Deutschland-Geschäftsführer Manfred Gerdes: „Wir haben die offenste Plattform und ein breites Software-Portfolio, um alle Zielgruppen abzudecken." Deswegen soll die PlayStation 2 modular angeboten werden. Die Allianz mit AOL Time Warner zielt in diese Richtung, wie auch der RealPlayer für Streaming Audio und die Festplatte zum Zwischenspeichern von Inhalten. Dazu braucht es eine Breitbandverbindung. Und daran hapert es. „Wir sind so weit", sagt Gerdes, „jetzt sind die Telcos gefordert. Vielleicht kommt bald der Druck von den Consumern."

„Wir haben die offenste Plattform und ein breites Software-Portfolio, um alle Zielgruppen abzudecken." - Sonys Deutschland-Geschäftsführer Manfred Gerdes

Bei Microsoft ist man stürmischer: „Der Wettbewerb wird sich verändern, weil wir neu ins Geschäft einsteigen", meint Microsoft-Manager Boris Schneider-Johne. „Wir haben vor, den Markt insgesamt mittelfristig zu vergrößern. In Deutschland gibt es zurzeit 6 Millionen regelmäßige Videospieler. Da ist noch Potential für Wachstum." Am 8. November tritt die Xbox gegen die bestens etablierte PlayStation an. Nintendos GameCube kommt in den USA am 15. September, der kleinere Game Boy Advance ist schon am 11. Juni auf dem Gabentisch. Für die Europäer kommt die Bescherung erst im Frühjahr 2002. ❑

22 Sekunden dauert ein durchschnittlicher Internet-Download.

Für einen Zehnjährigen 22 Sekunden zu lang.

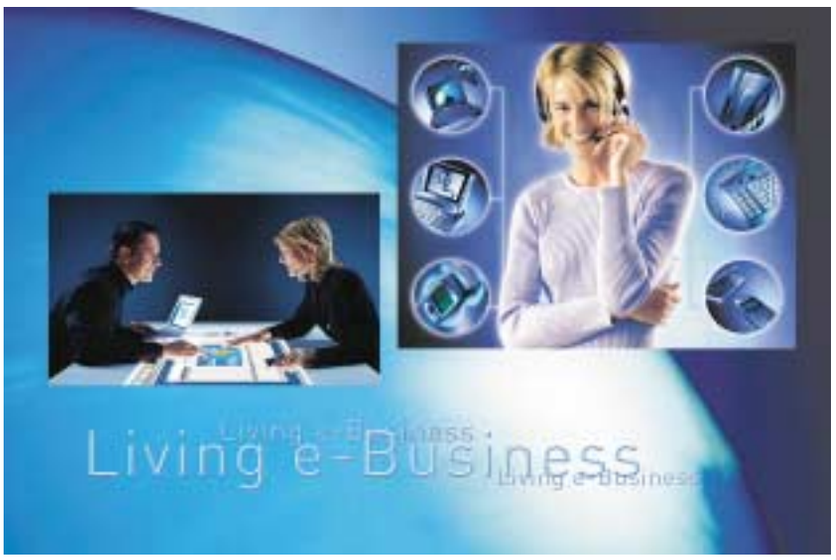
Kinder denken heutzutage, „schnell ist eben doch nicht schnell genug". Gut, dass das Optische Internet, an dessen Entwicklung Lucent maßgeblich beteiligt ist, unbegrenzte Bandbreite bietet. So können Kids mal eben Videos ihrer Geburtstagsparty an alle Freunde schicken. Oder in Nanosekunden Bilder ihrer Daily-Soap-Stars herunterladen. Und dann noch schnell ein E-Mail an Oma und Opa versenden. Verändern Sie die Kommunikation zwischen den Kids, und Sie verändern ihr Leben.
Lucent Technologies.

Expect great things.℠

©2001 Lucent Technologies

Die Zahlen des ersten Quartals beweisen: Materna wächst planmäßig weiter. Nach der Business-Unit Communications wird sich jetzt auch die Business-Unit Information verstärkt in Österreich engagieren.

Jochen Ewe



Vom integrierten Unternehmensportal bis zum Date-Kanal

Nach den 178 Millionen Euro des vergangenen Geschäftsjahrs erzielte die Dortmunder Materna GmbH in den ersten drei Monaten des Jahres 2001 über 40 Millionen Euro Umsatz und hat damit die gesteckten Ziele erreicht.

„Wir sind," sagte Geschäftsführer Dr. Winfried Materna vor Journalisten in München, „gut positioniert und wollen unsere internationalen Aktivitäten weiter ausbauen." Basis dieser Expansionspolitik sollen weiter steigende Absatzzahlen in den Bereichen „Mobile Datendienste" und „e-Business-Projekte" sein. Außerdem soll der „Preferred Supplier"-Status, den Materna bei vielen der Kunden hat, gefestigt und auf möglichst viele Neukunden ausgedehnt werden.

Die Materna-Unternehmenseinheit Information wird sich ab sofort auf dem EIP-Sektor (Enterprise Information Portal) betätigen und dort unter anderem den „Internet-Wildwuchs" (Dr. Materna) beseitigen, der in vielen Unternehmen durch diverse Internet-, Intranet- und Extranet-Zugänge entstanden ist. Materna hat sein Portfolio um eine entsprechende unternehmensweite, personaliserbare Integrationsplattform erweitert, die Inhalte aller Art aufnimmt: Grafik, Bild, Ton und Text.

Einer der Schwerpunktbereiche der Unternehmenseinheit Communications wird die „Mobile Community" sein: Materna will Netzbetreibern die Möglichkeit geben, ihre Mobilfunkkunden mit Chat-, Flirt- und Date-Kanälen an sich zu binden. ❑

http://www.materna.at

Materna und Österreich: 50 Mitarbeiter in Wien und Graz

MONITOR sprach mit Geschäftsführer Dr. Winfried Materna und Helmut an de Meulen.

Wie würden Sie die Auslandsstrategie Ihres Unternehmens skizzieren?

Materna: Wir sind seit jeher damit gut gefahren, in Partnerschaften zu wachsen, insbesondere auch im Ausland. Wir arbeiten im Ausland aber nicht einfach nur mit Software-Partnern zusammen, sondern setzen zusätzlich auf das „Local People"-Prinzip. Nach dieser Maxime haben wir in Österreich unsere Aktivitäten aufgebaut, und so wollen wir dies mit unserer Business-Unit Information und ihrem E-Business-Lösungsportfolio für weitere Länder in Ost- und Westeuropa tun.

Welche konkreten Schritte planen Sie in Österreich?

An de Meulen: In Österreich beabsichtigen wir vor allem, die vertrieblichen Aktivitäten der Business-Unit Information stärker auszubauen und zu intensivieren - ähnlich wie wir es mit den Mobile-Solutions-Themen der Business-Unit Communications in der Vergangenheit in Österreich bereits getan haben. Als Beispiele möchte ich Ihnen unsere Partner Remedy, einen CRM-Anbieter, und ATG, einen e-Business-Anbieter, nennen, deren Software wir bereits in zahlreichen Projekten in Deutschland und in Österreich erfolgreich eingesetzt haben.

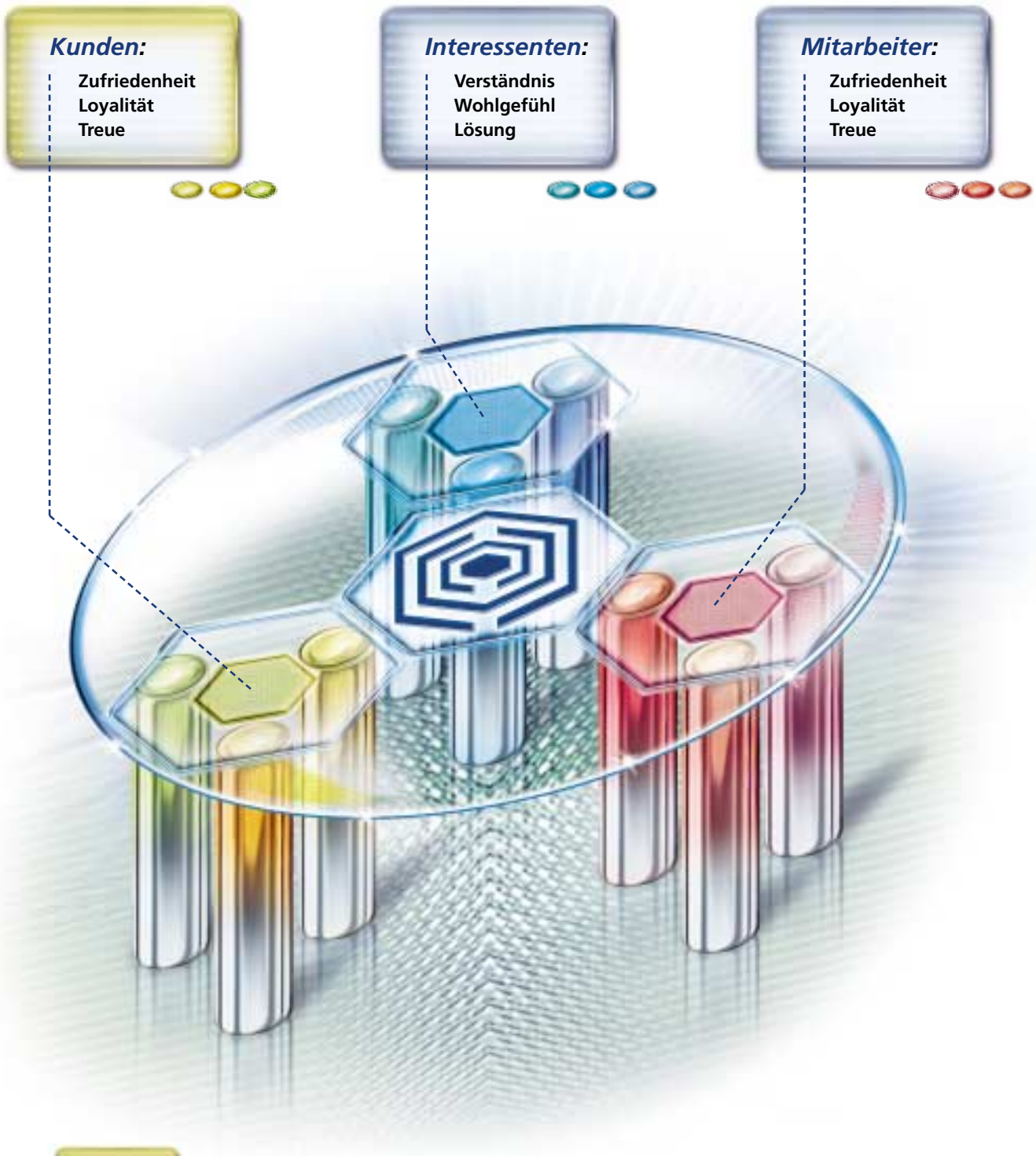
Heißt das im Klartext, dass Sie mit Ihrem Geschäft in Österreich nur partiell zufrieden sind?

An de Meulen: Nein; erstens sind wir sind mit unserer Internationalisierungsstrategie gut vorangekommen. Zweitens sind wir dabei insbesondere mit unserem Engagement in Österreich sehr zufrieden. Insgesamt 50 Mitarbeiter tragen an den Standorten Wien und Graz entscheidend zu unserem Unternehmenserfolg bei. Die Perspektiven für unsere Aktivitäten in Österreich beurteilen wir als glänzend.

Sind die Kunden Ihrer österreichischen Kunden in der Regel zufriedene Kunden?

Materna: Damit spielen Sie auf die Kundenbindung an. Die Tatsache, dass wir dabei sind, in Österreich E-Business und CRM verstärkt auszubauen, macht deutlich, dass wir der Kundenbindung eine entscheidende Rolle beigemessen haben und weiterhin beimessen. Ich kann über eine beachtliche Zahl von Kunden berichten, die mit unserer Hilfe einen Mehrwert schaffen wollen, der eine erhöhte Kundenbindung zur Folge hat. Häufig ist es so, dass solche Projekte eine einzige, einzigartige Dienstleistung zum Gegenstand haben, die den angestrebten Wettbewerbsvorsprung herbeiführen soll.

Jochen Ewe ist freier Journalist in Flintsbach am Inn.



Kunden ... Visionen werden mit den richtigen Strategien zur Realität.

Unsere *Strategie* zur Vision *zufriedene Kunden*, fordert eine Ausrichtung auf deren Bedürfnisse. Wir *hören den Kunden* zu und wollen die *Bedürfnisse* erkennen und verstehen.

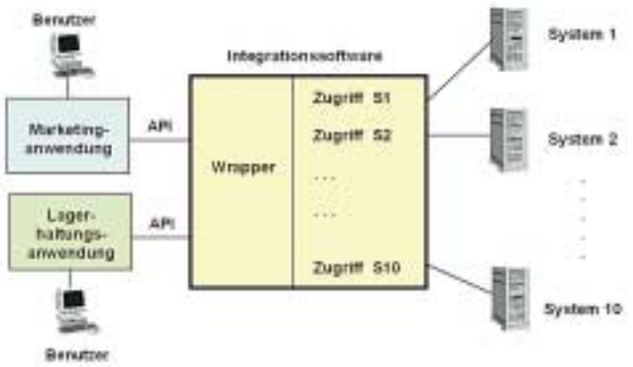
Gemeinsam mit den Kunden wird dann der *Entwicklungsplan* erstellt.

Beim nächsten Release können alle *Kunden den Nutzen daraus ziehen*.

ohne Kunden geht gar nichts BRAIN INTERNATIONAL

Der Wunsch jedes IT-Verantwortlichen ist eine einheitliche Anwendungsarchitektur und eine homogene Systemumgebung. Die Realität in den meisten Unternehmen sieht jedoch so aus, dass die Systemumgebungen sehr heterogen sind.

Klaus Thomas



Integration von Unternehmensanwendungen

Die Anwendungslandschaft besteht aus Anwendungen unterschiedlichsten Alters. Die Heterogenität der Systeme betrifft im wesentlichen sechs Bereiche:

- Hardwareplattformen
- Betriebssysteme
- Datenbanksysteme
- Systemkonzept (1-2-3-Tier)
- Kommunikationsprotokolle
- Entwicklungswerkzeuge

Die Gründe liegen darin, dass Anwendungen eine viel längere Lebensdauer als ursprünglich erwartet haben und externe Standardanwendungen natürlich ihre eigenen Architekturen mitbringen. Diese harmonieren nur selten mit den vorhandenen Umgebungen. Hinzu kommt, dass viele Entscheidungen über neue Anwendungen in den Geschäftsbereichen fallen. Diese bewerten primär die Funktionalität und stellen selten systemtechnische Überlegungen an.

90% aller großen Unternehmen haben mehrere Hardware- und Software-Plattformen im Einsatz. Diese Heterogenität wird in den nächsten Jahren eher weiter zunehmen als abnehmen. Daraus folgt, dass es sinnvoller ist, mehr für die Integration von Anwendungen zu tun und dafür Infrastrukturen zu schaffen, als zu versuchen, durch Architekturkonzepte die Systemumgebungen zu vereinheitlichen.

Integration von Anwendungen

Die Integration von Anwendungen verfolgt drei wesentliche Ziele:

- Redundante Daten in unabhängigen Anwendungen sollen konsistent sein d.h. sie müssen inhaltlich identisch sein
- Für den Endbenutzer soll sich eine einheitliche Benutzeroberfläche beim Zugriff auf unterschiedliche Anwendungen bieten.
- Einmal erfasste Daten sollen schnell in anderen Anwendungen verfügbar sein.

Für diese Aufgaben stehen heute Standardprodukte (Middleware) zur Verfügung, die dem Anwender umfangreiche Eigenentwicklungen ersparen. Dabei werden zwei Produktgruppen unterschieden:

- Middleware zur Anpassung / Konversion technischer Differenzen wie Datenbanken, Betriebssysteme oder Kommunikationsprotokolle
- Middleware zur Anpassung / Konversion applikativer, inhaltlicher Differenzen wie der Aufbau eines Adressensatzes.

Klaus Thomas ist Program Director, Gartner Executive Program

Im Beispiel der Abbildung ermöglicht die Integrationssoftware den Benutzern der Marketinganwendung den Zugriff auf Daten der Systeme S1 - S10. Die Integrationssoftware kann leicht für den Anschluß weiterer Anwendungen (z.B. die Lagerhaltung) ausgebaut werden, da die implementierten Zugriffsmechanismen auf S1 - S10 für weitere Anwendungen nutzbar sind.

Bei der Integration von Anwendungen sind drei Grundformen zu unterscheiden:

- Datenkonsistenz zwischen unabhängigen Anwendungen
- Datenkonsistenz zwischen Anwendungen, die einen durchgängigen Geschäftsprozess bilden
- Datenkonsistenz in einer Composite-Anwendung. Dies sind Anwendungen mit modernen Benutzeroberflächen, die intern Legacy-Anwendungen aufrufen.

Die Integration von Anwendungen ist primär keine technische Angelegenheit, sondern eine Geschäftsangelegenheit. Integration berührt die Organisation und die Geschäftsabläufe. Die Informationstechnologie unterstützt diese Geschäftsprozesse. Anwendungen sollten dann integriert werden, wenn damit ein geschäftlicher Nutzen erzielt wird.

Die Entscheidung, was integriert werden soll, muss bei den Geschäftsbereichen liegen. Der IS-Bereich konzipiert die technische Lösung und schätzt Aufwand und Kosten. Anwendungsintegration ist ein unternehmensweites Unterfangen und kann effizient nur zentral gesteuert werden.

Nutzen der Integration

Mit der Integration wird eine längere Lebensdauer älterer Anwendungen, die funktionell noch den Anforderungen entsprechen, erreicht. Die Internas und nicht sehr benutzerfreundlichen Oberflächen der Alt-Anwendungen werden für den Benutzer durch neue Front-end-Systeme unsichtbar. Außerdem wird das Risiko von zeitkritischen Umstellungen gemildert, die sonst aus systemtechnischen Gründen erforderlich wären.

Eine durchgängige IT-Unterstützung von Geschäftsprozessen ist heute ein erheblicher Wettbewerbsvorteil in Unternehmen. Wesentlicher Geschäftsnutzen wird damit erzielt, dass Informationen schnell auch über Unternehmensgrenzen hinweg verfügbar sind. Inkonsistenz von Daten führt zu falschen oder ineffizienten Entscheidungen und erfordert einen aufwendigen manuellen Abgleich.

Anwendungsintegration wird eine zunehmend wichtige Kernkompetenz in Unternehmen sein und ein entscheidender Erfolgsfaktor bei Implementierung und Einsatz neuer Applikationen, insbesondere bei E-Business-Anwendungen. Unternehmen sollten schnellstmöglich Erfahrungen auf diesem Gebiet sammeln und Kompetenz erwerben und Investitionen in entsprechende Infrastrukturen und Mitarbeiterwissen tätigen.

Monitor ist der offizielle Österreich-Medienpartner von Gartner bei der Konferenz „Application Integration", 24.-25.9.2001, Frankfurt/Main.

RICHTUNGSWEISENDE LÖSUNGEN
FÜR IHR BUSINESS.
IF@BO
business • solutions
11. - 14. September 2001
Messezentrum Wien, täglich von 9.00 - 18.00 Uhr
www.ifabo.at
Reed Messe
Wien

Sponsoring: Compaq und BMW/Williams

15. April 2001: 399 Tage nach dem Wiedereinstieg von BMW-Williams in die Formel 1 feiert Ralf Schumacher beim „Großen Preis von San Marino“ in Imola seinen ersten Sieg. Mit dem Team freute sich da besonders auch Compaq.

Rüdiger Maier

Nach 10 Jahren Sponsoring für den Grand Slam Tennis-Cup engagiert sich das IT-Unternehmen seit Anfang letzten Jahres in der Formel 1 für das BMW-Williams-Team.

„Die Aufmerksamkeit für die Formel 1 wächst ständig und schon heute gibt es bei jedem Rennen 300 Mio. Zuseher weltweit“, umreißt Mag. Ricardo-Jose Vybiral, Marketing-Chef von Compaq Österreich, das Umfeld. Man habe nach einer interessanten globalen Sponsoring-Aufgabe gesucht und sei bei BMW/Williams - beide sind langjährige Kunden des IT-Unternehmens - fündig geworden. Auch F1-Teamchef Frank Williams sprach von einem „wahren Glücksfall“, denn heute gehört der intelligente Einsatz von IT auch in der Formel 1 zu den wesentlichen Wettbewerbsfaktoren. Vereinbart wurde zunächst ein Rahmenvertrag bis 2004. „Wir geben etwa 10% unseres Marketing-Budgets für Sponsoring aus“, erläutert Vybiral. Das Geld fließt nicht nur in den Sport, sondern auch in soziale (SOS Kinderhaus) und künstlerische (Künstlerhaus) Initiativen.

Die etwa 125 Laptops, 160 Desktops, 35 ProLiant Server und 3 Plattenarrays im Formel 1-Einsatz sind dort besonders hohen Belastungen ausgesetzt: Staub, Erschütterungen, Schwankungen von Temperatur und Luftfeuchtigkeit, ungünstige Klimabedingungen in der Box, starke Vibrationen durch den laufenden Motor in der Box. Ein hartes Testlabor für die IT-Systeme.

„Bei unserem Konzept zum F1-Sponsoring geht es nicht nur um Verbindungen mit reinen Geldgebern, wir wollen vor allem strategische Technologie-Partnerschaften eingehen“, unterstreicht Gerhard Berger, Motorsport-Direktor bei BMW. Und auch Vybiral ist stolz auf die gelungene volle Vernetzung mit den Partnern, zu denen etwa auch Castrol zählt.

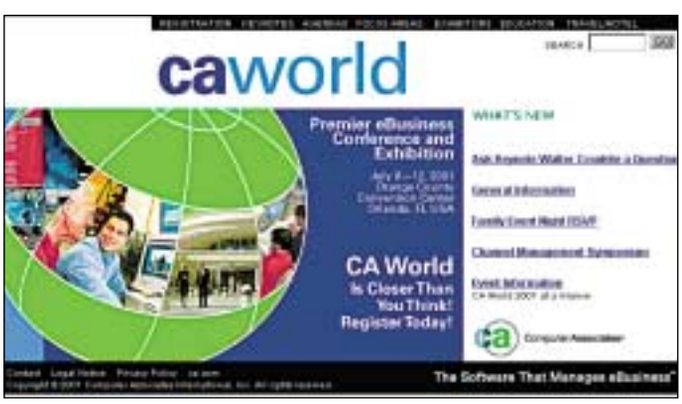
Die enge Zusammenarbeit geht sogar bis zur gemeinsamen Produktvorstellung: „ Im Herbst wird BMW seine neue 7er-Reihe präsentieren und wir werden am gleichen Ort der Öffentlichkeit ebenfalls eine neue Produktlinie vorstellen“, so Vybiral.

Eingeplant ist dabei natürlich, dass sich zwei starke Marken beim gemeinsamen Auftritt wechselseitig unterstützen. „Aus unserer Sicht geht die Kooperation mit Compaq weit über das Sponsoring hinaus“, meint daher auch Dr. Felix Clary, Geschäftsführer der BMW Group Austria. Durch die gemeinsame Arbeit des Compaq Global Service Teams mit dem F1-Team fließen auch hier wertvolle Erfahrungen, die zu Innovationen führen. Und neue Lösungen sind immer gefragt: „Vor allem im Bereich Telemetrie und (Satelliten)-Datenübertragung ist noch Raum für Entwicklungen“, lässt sich Clary etwas in die Karten schauen. Da darf man ja gespannt sein. ❑

Die Serie "Sponsoring" wird fortgesetzt.

CA World 2001

Von 8. bis 12. Juli findet die CA World, die weltweit größte Benutzerkonferenz, heuer in Orlando, Florida, statt. Auf mehr als 32.000 qm wird Computer Associates im „World Technology Center“ gemeinsam mit anderen Anbietern eine Reihe technologischer Neuentwicklungen vorstellen.



Die Besucher werden Einblicke in das neue Geschäftsmodell und Organisationskonzept von CA erhalten.

Ganz neue Akzente will Computer Associates mit der CA World 2001 im eBusiness setzen. Als Antwort auf die Herausforderungen der neuen eBusiness-Generation wird CA eBusiness-Managementlösungen vorstellen, die ein nahtloses Management von Infrastruktur und Informationen ermöglichen und alle Geschäftsabläufe innerhalb und außerhalb des Unternehmens einschließen.

Die Seminare und technischen Workshops werden die *strategischen Lösungsbereiche* Prozessmanagement, Informationsmanagement und Infrastrukturmanagement behandeln.

Sowohl Mitarbeiter, Kunden und Partner von CA als auch Analysten werden Vorträge zu den *Schwerpunktthemen* unternehmensweites IT-Management, Sicherheit, Datenspeicherung, Transformation und Integration, Portal- und Wissensmanagement sowie proaktive Analyse und Visualisierung halten.

Weitere Themen werden die Implementierung von Mobilfunktechnologien, neue Betriebssysteme (z.B. Linux), die eCommerce-Themen B2C, B2B, elektronische Marktplätze und XSPs (eXtensible Server Pages) sein. Die Keynote Speeches von *Sanjay Kumar*, dem neuen CEO und Präsidenten von CA, und *Walter Cronkite*, dem legendären CBS-Sonderberichterstatter und Autor, versprechen Highlights der Veranstaltung zu werden.

http://www.ca.com/caworld

Microsoft Österreich: Neue Unternehmensstruktur

Verstärkter Technical Support, zentrales Marketing und ein in eine einzige Abteilung zusammengefasstes Consulting und Service kennzeichnen die geänderte Unternehmens-Organisation von Microsoft Österreich.

Die Anderungen am IT-Markt und die Anforderungen der Kunden und Partner haben Microsoft Österreich zu einer Änderung der Unternehmensstruktur veranlasst. Unter der Geschäftsführung von Andreas Ebert gibt es ab sofort bei Microsoft Österreich acht Geschäftsbereiche:
Die Enterprise Partner Group (EPG) ist die Abteilung von Microsoft Österreich, die sich vor allem an die größten 600 Unternehmen in Österreich richtet. Mit 55 % des Umsatzes liegt der Schwerpunkt der ab sofort von Paul Stritter geleiteten Abteilung bei der Vielzahl an neuen Serverprodukten von Microsoft. Die EPG wird bei ihrer Arbeit durch Microsoft Services unterstützt. Diese Gruppe umfasst zur Zeit 45 Personen und wird von Sabine Fleischmann geleitet.

Klein- und Mittelbetriebe haben in Österreich eine besondere Bedeutung, sie beschäftigen über 60 Prozent aller Arbeitnehmer. Die Small & Medium Business Group (SMB) von Microsoft Österreich hat ihren Aufgabenschwerpunkt bei diesen Unternehmen. Die Vermittlung von klaren Nutzenkonzepten für Informationstechnologie steht bei den Tätigkeiten der SMB Group im Vordergrund. Die Small & Medium Business Group umfasst auch die Betreuung von mehr als 3.000 Microsoft Fachhandelspartnern. Schwerpunkt der Home & Retail Group in den nächsten Monaten ist die Xbox, die neue Spielekonsole von Microsoft. Finance & Administration unter der Führung von Martin Holub umfasst das Controlling samt Umsatzanalyse, die Buchhaltung, sowie den Bereich der Internen Services (Office Management und Reception). Der Bereich Human Ressources, unter der Leitung von Markus Schaschinger, konzentriert sich auf die Aufgaben der Personalplanung (Personalmarketing, Recruiting) sowie der Personalentwicklung (Aus- und Weiterbildung, Karriereplanung). Die Zusammenfassung der einzelnen Marketingbereiche bei Microsoft Österreich in eine neue zentrale Marketingabteilung ist ein wichtiger Schritt zu übersichtlicher und präziser Kommunikation. Die Vermarktung und die Kundenbeziehungsprogramme stehen im Vordergrund der von Franz Kühmayer geleiteten Gruppe. Die neue Marketingabteilung beinhaltet die Bereiche Zielgruppenmarketing, Produktmarketing, Unternehmensmarketing, sowie Werbung und Marketing Communications. Der direkt dem General Manager unterstellte Bereich Corporate PR, Public Affairs sowie die Funktion des Unternehmenssprechers bleibt in den bewährten Händen von Thomas Lutz.

„Microsoft Österreich stellt schon seit J ahren gemeinsam mit Partnerunternehmen maßgeschneiderte IT-Lösungen auf Basis von Microsoft Technologien zur Verfügung und wird dies noch ausbauen." - Andreas Ebert, Geschäftsführer von Microsoft Österreich

Diesen Herbst wird die Orbit/Comdex Europe zum Treffpunkt der europäischen IT-Branche: Rund 1400 Anbieter präsentieren Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen IT, Telekommunikation, Internet und E-Commerce. Der internationale Kongress widmet sich den Themen Customers, Industry und New Markets. Zudem stellen wir Ihnen erfolgreich umgesetzte E-Business-Lösungen vor. Ob Anbieter oder User, diesen Herbst wird Basel für die IT-Branche zum Meetingpoint. Informationen: info@orbitcomdex.com oder Tel. +41 61 686 20 20.

25. – 28. September 2001

orbit EUROPE 2001 COMDEX

Messe Basel.

MIT INTERNATIONALEM E-BUSINESS CONGRESS

www.orbitcomdex.com INFORMATION TECHNOLOGY – ONE STEP AHEAD

Siemens Business Services: Neuer Geschäftsführer

Seit 1. April 2001 ist Dr. Albert Felbauer neues Mitglied der Geschäftsführung der Siemens Business Services GmbH & Co OHG (SBS).

Dr. Albert Felbauer: Neu in der Geschäftsführung der Siemens Business Services

Felbauer folgt damit Ing. Franz Geiger nach, der in den Vorstand der Siemens AG Österreich berufen wurde. Die Geschäftsführung der SBS besteht nunmehr aus Dr. Albert Felbauer, Dr. Karl Jesacher und DI Gunter Kappacher. Felbauer übernimmt in der Geschäftsführung die Agenden der Vertriebsbereiche öffentliche Auftraggeber, Telekom, Transport und Utilities sowie Management-Consulting und E-Business. Die Regionalverantwortung für die österreichischen Bundesländer und die direkt von Wien aus betreuten Länder in Südosteuropa trägt Felbauer gemeinsam mit Gunter Kappacher.

Felbauer, Jahrgang 1950, ist seit rund 20 Jahren in leitender Funktion bei Siemens Österreich tätig, unter anderem war er als Vorstand der Kabel- und Drahtwerke AG und Geschäftsführer der Österreichischen Kabelwerke GesmbH für die Umstrukturierung der Siemens Kabelaktivitäten einschließlich Zentral- und Ost-Europa verantwortlich. In den letzten 3 Jahren war Felbauer als Bereichsleiter für Projektentwicklung für die Umsetzung von Großprojekten in der Gebäude- und Informationstechnik bei Siemens Österreich verantwortlich. Ziel der neu formierten Geschäftsführung ist es, den erfolgreichen Wachstumskurs der SBS weiter fortzusetzen

P&T mit 129 Prozent Umsatzplus

Eine positive Bilanz zieht der Computer-Großhändler P&T Computer.

„Wir haben unser dreistelliges Wachstumsplus aus eigener Kraft - also ohne Akquisitionen - erzielt." - Rigo Hess, Geschäftsführer P&T Computer Österreich

Das in Niederösterreich beheimatete Tochterunternehmen der internationalen COS Computer Systems AG (Hauptsitz Schweiz) erwirtschaftete im abgeschlossenen Geschäftsjahr einen Umsatz von 683 Millionen ATS. „Damit sind wir unter den Top-Distributoren am Markt", freut sich P&T Österreich Geschäftsführer Rigo Hess.

Das Unternehmen startete in Österreich im Herbst 1998 mit 10 Mitarbeitern und beschäftigt inzwischen rund 40 Mitarbeiter. Ab 2002 wird man in eine neue Unternehmenszentrale in Wiener Neudorf übersiedeln.

http://www.ptcomputer.at

Profitables Wachstum

Fujitsu Siemens Computers Österreich beendet sein erstes volles Geschäftsjahr 2000/2001 innerhalb der geplanten Umsatzzahlen.

Im ersten vollen Geschäftsjahr erwirtschaftete die Österreich-Tochter des 50:50 Joint Ventures der Fujitsu Ltd. und der Siemens AG einen Umsatz von 210 Millionen Euro. Auf europäischer Ebene erzielte die Fujitsu Siemens-Holding einen Umsatz von knapp unter sechs Milliarden Euro. Für das laufende Geschäftsjahr ist eine 10%-Steigerung auf international 6,6 Milliarden Euro geplant, in Österreich und Südosteuropa auf 230 Millionen Euro. 25% des Umsatzes wurde im Geschäftsjahr 2000/2001 in Österreich im Consumer-Markt verdient, 55% über das Large-Enterprise-Business. Den Rest (ein Fünftel) generierte Fujitsu Siemens Computers in Österreichs Klein- und Mittelbetrieben. In der Produktpalette wurde der größte Umsatz im Bereich professionelle Desktop-Systeme erzielt (nämlich 27%), gefolgt von Consumer-Produkten (überwiegend PCs, aber auch Notebooks für den Consumer-Markt). Mit Business-Notebooks wurde ein Zehntel des Umsatzes erwirtschaftet, mit Servern (Intel- und Unix-basierend) 15%. Der Rest des „Umsatzkuchens" verteilt sich auf Monitore, Workstations, Software, Storage-Produkte und Mainframes.Im nächsten Geschäftsjahr setzt Fujitsu Siemens Computers seine strategischen Schwerpunkte auf „Mobility" und „Business Critical Computing".

„Ein wichtiger Eckpunkt unserer Bilanz ist die Profitabilität unseres Unternehmens." - Marcus Dekan, Managing Director von Fujitsu Siemens Computers Österreich

Mobile, aber auch stationäre Endgeräte sollen die Mobilität des Anwenders perfekt unterstützen. Ausfallsichere, skalierbare und kompromisslos verfügbare Server sollen das Mobilitätskonzept „am anderen Ende" absichern. 18 Monate nach dem Start des Joint-Ventures verfügt Fujitsu Siemens Computers jetzt über eine durchgängige Produktpalette, die allen Kundenanforderungen - sowohl im Consumer- wie auch im Business-Bereich - entgegenkommt. ❑

Solutions for ...
„E-Business"
„Balanced Controlling"
„Customer Relationship Management"
„Supply Chain Management"
„Data Warehouse"
www.manageware.at

CSC Austria wächst über Branchendurchschnitt

Mit 820 Millionen ATS Gesamtleistung übertraf die CSC Austria AG ihr Vorjahresergebnis um 12 %.

Ortet eine leichte Entspannung am IT-Personalmarkt: Mag. Manfred Prinz, Vorstandsvorsitzender von CSC Austria

Damit liegt CSC Austria über dem durchschnittlichen Wachstum der IT-Service/IT-Consulting-Branche in Österreich von 8,0 % (lt. IDC). Das Unternehmen erwirtschaftete einen Umsatz von 820 Mio. ATS, das ist eine Steigerung um 12 % gegenüber dem Vergleichswert des Vorjahres (Vorjahr: 730 Mio ATS konsolidierter Umsatz).

Per 1.4.2001 hatte das Unternehmen 568 Mitarbeiter beschäftigt - das Personalwachstum gegenüber dem Vorjahr betrug damit 11 %. „Der immer noch angespannte IT-Personalmarkt scheint sich etwas zu entspannen: Wir haben sehr qualifizierte Bewerber und wollen im heurigen Jahr etwa 100 zusätzliche Mitarbeiter in Österreich einstellen. Dabei kommt uns unsere dezentrale Struktur mit Standorten in Wien, Linz, Graz, Klagenfurt und Dornbirn sehr zu Hilfe“, erläutert Mag. Manfred Prinz, Vorstandsvorsitzender von CSC Austria.

Der Umsatz verteilt nach Marktsegmenten ergibt: Industrie, Handel 45 %, Finanz-Dienstleister 25 %, Private und Öffentl. Dienstleister 30 %.

Durch die geglückte Zusammenführung von Ploenzke und ServoData zur CSC Austria AG, konnte dieses überdurchschnittliche Ergebnis erzielt werden, erklärt Manfred Prinz. „Das hohe Innovationstempo in der IT-Branche ist uns im vergangenen Jahr sehr zugute gekommen: unsere Kunden verlangen hochqualitative Lösungen in komplexem Umfeld, was nur von global tätigen IT-Dienstleistern umsetzbar ist.“ CSC ist weltweit an über 700 Standorten vertreten und mit aktuell ca. 68.000 Mitarbeitern ein global führendes IT-Service-Unternehmen.

CSC hat sich in Österreich als IT - Gesamtanbieter von komplexen Lösungen bei vielen Kunden aus unterschiedlichsten Branchen etabliert. Die IT - Umsatzschwerpunkte waren im letzten Jahr: Consulting 35 %, Anwendungsentwicklung 30 %, Systemintegration 25 %, IT-Services (inkl. Outsourcing) 10 %.Eine starke Triebfeder im vergangenen Geschäftsjahr war E-Business. „In unseren Projekten ist die Integration von E-Business mit dem angestammten Geschäft ein fixer Bestandteil. Unsere Kunden nutzen SAP ebenso wie daran angebundene Internet-Anwendungen“, resümiert Dipl. Ing. Rudolf Schnedl, für die Industrie zuständiger Vorstand der CSC Austria AG. CSC erwirtschaftete im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Umsatz von 10,5 Mrd Dollar (+12,5 %). Im deutschsprachigen Raum ist CSC mit über 4.500 Mitarbeitern führend am Markt vertreten.

Handspring bei Actebis

Actebis wird die gesamte Produktlinie von Handspring vertreiben.

„Mit Handspring konnten wir einen wertvollen und innovativen Partner im Handheld-Bereich für unser Broadline-Portfolio gewinnen.“ - Alex Kremer, Marketingleiter Actebis Österreich

Die Handspring-Produkte sind mit Palm-Betriebssystem ausgestattet und bieten besonders viele Erweiterungsmöglichkeiten. Kombinationen aus über 40 verschiedenen Springboard-Modulen - von der Digitalkamera über MP3-Player bis zum Mobiltelefon - kommen derzeit beim Handspring zum Einsatz.

Für Actebis bedeutet Handspring eine Ausweitung des Broadline-Portfolios in den Handheld-Bereich.

BMC: Neuer Managing Director „South East Central & Eastern Europe“

Siegfried Bachmayer hat die Position des Managing Directors für die Region „South East Central & Eastern Europe“ bei BMC Software übernommen.

Siegfried Bachmayer leitet von Wien aus als Managing Director die Region „South East Central & Eastern Europe“

Vor der geographischen Umstrukturierung des Unternehmens und der Besetzung seiner neuen Position war Bachmayer bereits als Area Manager für Southeastern Europe verantwortlich. Seit April ist Bachmayer vom Firmensitz Wien-Milleniumstower aus, für die Länder Österreich, Ungarn, Türkei, Polen, Russland, Ukraine, Tschechische Republik, Slowakei, Griechenland, Zypern, Bulgarien, Rumänien und Ex-Jugoslawien verantwortlich.

Niederlassungen unterhält BMC Software außer in Wien in Istanbul, Budapest und Athen. Vor seiner Tätigkeit bei BMC war Siegfried Bachmayer Country Manager Österreich beim EMC2. Als Area Manager konnte Bachmayer bereits Erfahrungen im Aufbau von Niederlassungen in der Türkei, Ungarn und Griechenland sammeln. „Alle anderen Märkte werden via indirekte Kanäle bedient“, berichtet er. Bachmayer, der sich selbst eher als Pionier denn als Systemerhalter sieht, möchte die Präsenz von BMC Software in „seinen“ Ländern deutlich ausbauen, in einigen sogar die Marktführerschaft erreichen.

„MIS“

Die Business Software-Messe als „Content Event“

Die MANAGEWARE bietet Ihnen 6 „Content Cluster“
mit „best practice in business solutions“.

2. + 3. Oktober 2001 Messegelände Wien, Halle 14.

COGNOS The InternetOne Monitor pressedatenbank austria Contrast

Manageware
Solutions for Success

EMC setzt Maßstäbe im Markt für Speichersystem-Software - Unternehmensweite Speicherarchitektur mit breitem Portfolio sichert IT-Betrieb

Die Software macht den Unterschied im Speichersystem der Zukunft

Speicherlösungen, Software und Dienstleistungen werden immer wichtiger für Unternehmen, die global rund um die Uhr mit unternehmenskritischen Daten operieren oder E-Business-Anwendungen betreiben. Das weit reichende Leistungsspektrum der EMC-Speichersysteme beruht auf den Software-Funktionen, mit denen sich EMC im Markt für Speicherlösungen deutlich vom Wettbewerb unterscheidet. EMC ist einer der weltweit am schnellsten wachsenden Software-Hersteller!

In den vergangenen zehn Jahren hat EMC weit mehr als eine Milliarde US-Dollar in die Entwicklung von Software gesteckt. Von den mehr als 2.000 Ingenieuren bei EMC arbeiten rund 70 Prozent der EMC-Ingenieure ausschließlich als Software-Entwickler. Mittlerweile zählt EMC zu den weltweit am schnellsten wachsenden Software-Herstellern.

Strategische Bedeutung intelligenter Speichersysteme sowie zugehöriger Software

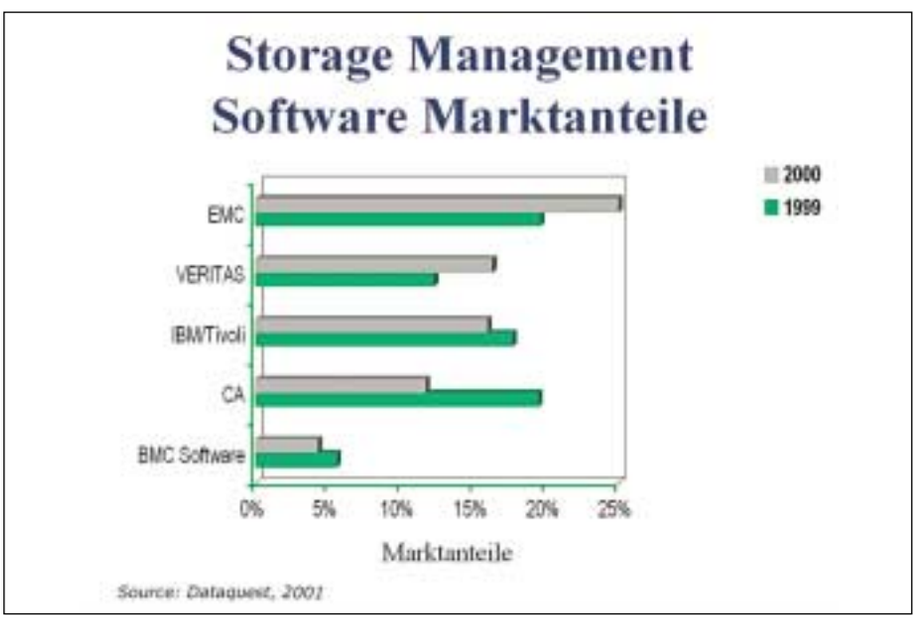
Heute steht nicht mehr der Rechner, sondern die Information - und damit die Speicherlösung, die diese Information bereithält - im Mittelpunkt. Speicherlösungen, Software und Dienstleistungen werden immer wichtiger für Unternehmen, die global rund um die Uhr mit unternehmenskritischen Daten operieren oder e-business Anwendungen betreiben. Informationen effizient gewinnen, verwalten, sichern und uneingeschränkt nutzen sowie Merkmale wie Skalierbarkeit, Sicherheit, Unabhängigkeit von Rechnerplattformen, große Bandbreiten beim Datentransfer und weit reichende Software-Funktionen sind wesentliche Voraussetzungen für leistungsfähige Speichersysteme.

„Speichertechnologien sind das am schnellsten wachsende Segment des IT-Marktes, da immer mehr Unternehmen erkennen, welche Vorteile die Konsolidierung von Informationen sowie der Einsatz netzwerkfähiger Speichersysteme und Speichermanagement-Softwaretools für ihre betriebliche Effizienz bieten“, betont Michael C. Ruettgers, EMC Executive Chairman. Führende europäischen Unternehmen setzen die Software und die netzwerkfähigen Lösungen von EMC ein, um ihre Multi-Terabyte-Speichersysteme auszubauen. Als Fundament für ihre Informations-Infrastrukturen nutzen auch insgesamt 36 der Fortune Magazin e-50-Unternehmen Speicherlösungen und Software von EMC.

Mehr Wertschöpfung für Unternehmen

EMC Speicher-Software ermöglicht es Anwendern, ihre Datenbestände zentral zu verwalten, zu sichern und über alle Rechnerplattformen hinweg unternehmensweit zu nutzen. Mit Software-Produkten von EMC können Unternehmen ihre Informationen so aufbereiten, dass eine noch höhere Wertschöpfung realisiert wird. Software ist notwendig, damit die Speicherlösung ihre zentrale Funktion im Netzwerk wahrnehmen kann. Und sie wird benötigt, um Prozesse rund um den Speicher, beispielsweise Bakkups, mit Hilfe von Software wie EMC TimeFinder schneller ablaufen zu lassen. In der unternehmensweiten Speicherarchitektur befindet sich ein breites Portfolio an Speicher-Software. Es sind aufeinander abgestimmte Tools für Funktionen wie Verschieben, Kopieren, Überwachen, Schützen, Sortieren, Replizieren, Optimieren und Verwalten von Datenbeständen. Die EMC Corporation beschäftigt sich seit seiner Gründung 1979 mit der Herstellung und dem Vertrieb unternehmensweiter Speicherlösungen für das Informations-Management in Gross- und Mittelbetrieben. Das Angebot des führenden Anbieters umfasst Hard-, Software-Produkte und Dienstleistungen zum Aufbau einer Speicher-Infrastruktur.

Die Produkte speichern, sichern und verwalten unternehmenskritische Informationen und die EMC Technologie verbindet NAS und SAN zum Network Storage und sichert so die Informationsdaten der Zukunft. Weltweite Partnerschaften mit Global Playern wie Oracle, Microsoft, SAP, BMC, Cisco Systems und andere ergänzen die Hardwareprodukte und Dienstleistungen für eine unternehmensweite Informations-Infrastruktur. ❑



Holocaust-Erinnerungen gespeichert und jederzeit abrufbar: EMC stellt dafür die Storage-Infrastruktur bestehend aus Hard- und Software bereit.

Steven Spielberg, Gründer der Shoa Foundation (r.)

Interviews gegen das Vergessen

1994 wurde die Stiftung „Survivors of the Shoah Visual History Foundation" von Regisseur und Filmproduzent Steven Spielberg gegründet. „Shoah" ist hebräisch und bedeutet „Holocaust". Die Organisation hat sich zur Aufgabe gemacht, Holocaust-Zeugen zu befragen und deren Aussagen für die Nachwelt auf Video fest zu halten.

Seit der Gründung wurden mehr als 50.000 Interviews in über 50 verschiedenen Ländern aufgenommen und dokumentiert. Daraus ist im Laufe der Jahre das weltweit größte Archiv mit Namen und Adressen von über 50.000 Holocaust-Überlebenden entstanden.

Insgesamt umfasst die Datenbank der Shoah Foundation Videobänder von mehreren hundert Stunden Länge. Die historischen Dokumente werden in digitaler Form vorgehalten. Für die Speicherung, Verarbeitung und Übertragung dieser digitalen Multimedia-Daten hat EMC ein Plattenspeichersystem für Netzwerke in Verbindung mit speziellen Servern entwickelt und zur Verfügung gestellt.

Datenerfassung an der Shoah Visual History Foundation

Mehr als 50.000 Interviews seit 1994

Im Shoah-Netzwerk arbeiten überwiegend ehrenamtliche Mitarbeiter - etwa 2.600 von ihnen führen Interviews durch. Sie sind von Pädagogen, Historikern und Psychologen für diese Aufgabe ausgebildet, denn viele Überlebende sprechen erstmals über ihre Verfolgung und deren Auswirkungen.

Nach vorbereitenden Gesprächen und der Sichtung eventuell vorhandener Fotografien wird das endgültige Interview aufgezeichnet. Der Interviewer kann sich ganz auf das Gespräch konzentrieren, während ein professioneller Kameramann die Technik bedient. Die Gespräche finden immer in der gewohnten Umgebung des Befragten statt und werden in der ihm angenehmsten Sprache geführt. Auf diese Weise konnte die Shoah Foundation seit ihrer Gründung mehr als 50.000 Interviews aufzeichnen, für die ihre Mitarbeiter 57 Länder bereisten.

Die autorisierten Interviews werden mit einem Index versehen, der es anhand von Stichwörtern ermöglicht, sie rasch ausfindig

Die Anforderungen

- Hochverfügbarkeit von Video-Dateien über ein ATM-WAN und lokale Netze
- Performance für den Transport großer Dateien in guter Qualität (MPEG-Format)
- Skalierbarkeit der Lösung
- Erfahrungen des Herstellers im High-End-Videobereich
- Einfaches Management der Lösungen vor Ort

Die Lösung

- Fünf Symmetrix-Speichersysteme mit Celerra Media Server als Front-End
- Verbindung zwischen den Standorten über ein hoch performantes Netzwerk
- Management-Software von EMC

Shoah Foundation

Die Shoah Foundation wurde 1994 von Steven Spielberg ins Leben gerufen. Sie geht auf die Dreharbeiten zu Spielberg's Film „Schindlers Liste" zurück. Zur Vorbereitung dieses Films und während der Dreharbeiten sprach Spielberg in Polen mit Überlebenden und Angehörigen von Holocaust-Opfern. Unter dem Eindruck dieser Gespräche entschloss sich Spielberg die Shoah Visual History Foundation zu gründen.

Ziel der Organisation ist es, das Gedenken an den Holocaust zu erhalten. Dazu führt die Foundation Interviews mit Überlebenden, Angehörigen von Opfern und anderen Zeitzeugen. Die so entstandenen Videos mit einer Gesamtlänge von mehr als 100.000 Stunden werden digitalisiert und zentral archiviert. Sie lassen sich über ein Netzwerk in fünf Einrichtungen in den Vereinigten Staaten und Israel von Besuchern und Wissenschaftlern abrufen. Weitere Informationen sind unter www.vhf.org verfügbar.

zu machen. Die Archivierung der Interviews bei der Shoah Foundation erfolgt dann in unterschiedlicher Weise: Zum einen steht das Material in Form eines herkömmlichen Video-Archivs mit inzwischen mehr als 100.000 Stunden Bandaufzeichnungen zur Verfügung. Zum anderen werden die Interviews digitalisiert und als MPEG-Dateien (Moving Pictures Expert Group: Standard für die Komprimierung von Audio- und Video-Dateien) abgelegt.

Die Digitalisierung ist die technische Voraussetzung dafür, die Aufzeichnungen an verschiedenen Orten der Welt zur Verfügung zu stellen.

Zentralarchiv in Kalifornien

Bereits seit Ende 1994 unterhält die Shoah Foundation Partnerschaften mit fünf anderen Einrichtungen, die sich ebenfalls der Erinnerung an den Holocaust widmen. Dazu gehören verschiedene Archive und Museen in den USA sowie das Yad Vashem Museum in Jerusalem. An diesen Standorten können alle Interviews aus dem kalifornischen Zentralarchiv in guter Fernsehqualität abgerufen werden.

Möglich wurde dies durch Speicherlösungen, die EMC der Shoah Foundation und den angeschlossenen Einrichtungen zur Verfügung gestellt hat. Steven Spielberg erläutert die Bedeutung der Lösungen für den Stiftungszweck: „Diese Spende der EMC Corporation ist eine großartige Unterstützung und erleichtert unser Anliegen, Schilderungen von Holocaust-Zeugen der heutigen und den folgenden Generationen verfügbar zu machen.

Wenn eine moderne Technologie für solche historischen und didaktischen Zwecke genutzt werden kann, liefert sie einen wertvollen Beitrag, der den materiellen Wert weit übersteigt."

Die gesamte Speicherlösung besteht aus fünf EMC Celerra Media Servern als Front-End und Symmetrix-Speichersystemen. Jedes dieser Systeme ist auf die Verteilung von Media-Daten in Netzwerken spezialisiert und steuert die Verteilung der MPEG-Dateien. Durch die Verbindung dieser Systeme über ein ATM (Asynchronous Transfer Modus)-Wide-Area-Network kann das Zentralarchiv die abgeforderten Interviews schnell an die entsprechenden Standorte übermitteln. Verfügbarkeit und Performance aller Systeme unterliegen hier sehr hohen Anforderungen, denn ein einstündiges Video erreicht ein Datenvolumen von rund 2,7 Gigabyte. Insgesamt ist der Bestand des Archivs der Shoah-Foundation in Los Angeles mittlerweile auf mehrere Terabyte Daten angewachsen.

EMC CEO Michael C. Ruettgers und Steven Spielberg bei der Präsentation in der Shoah Foundation

Zugriff auf jedes Video kurzfristig möglich

Über das ATM-Netzwerk kann jede Institution mehrere hundert Stunden digitalisierten Film auf ihren Server ziehen. Ruft nun ein Besucher an einem der sogenannten Online-Kioske einen vorrätigen Film ab, wird dieser über das lokale Netz sofort abgespielt. Ist die gewünschte Video-Datei nicht auf dem lokalen Server vorhanden, geht eine entsprechende Anforderung über das ATM-WAN an das Zentralarchiv. Die Datei wird dann auf den lokalen Celerra Media Server übertragen und ist kurzfristig abrufbar.

Der lokal vorgehaltene Teilbestand an Videos erlaubt den Benutzern den Abruf in der gewünschten Reihenfolge und die gezielte Suche nach Informationen. Doch von den Speicherlösungen dieses wohl einzigartigen Informationssystems profitieren nicht nur Besucher. Gerade die Arbeit von Wissenschaftlern zu definierten Themen wird durch den gezielten Abruf von Videos erleichtert. Die technologischen Vorteile des gesamten Systems haben sich in der Praxis bewährt. Durch die Flexibilität der Celerra Media Server bei der Einbindung in verschiedene Netzwerke kann die Shoah Foundation den Video-Abruf auch an neuen Standorten problemlos realisieren. Das gleiche gilt für die Integration mit vorhandenen Applikationen an den jeweiligen Standorten. Zudem sind die Systeme hoch skalierbar, können also einem steigendem Datenvolumen leicht angepasst werden.

High-Tech hat nicht nur kommerziellen Nutzen

Für Non-Profit-Organisationen wie die Shoah Foundation spielen die Betriebskosten für IT-Systeme naturgemäß eine besondere Rolle und sind ohne Spenden und öffentliche Mittel kaum finanzierbar. Die installierten Systeme überzeugen durch Zuverlässigkeit und niedrigen Administrationsaufwand, der die Betriebskosten einer Speicherlösung entscheidend beeinflusst. Erreicht wird dies über die einfach zu handhabenden zentralen Management-Tools des Speichersystems Symmetrix und des Celerra Media Servers.

„In Zeiten, in denen Technologie primär eingesetzt wird, um Unternehmen wettbewerbsfähig zu halten, vergessen die Menschen sehr schnell, dass High-Tech nicht nur einen kommerziellen Nutzen hat. Wir freuen uns, dass wir zum Gelingen des wichtigen Werkes der Shoah Foundation beitragen können", so kommentierte Michael C. Ruettgers, CEO der EMC Corporation, den Einsatz der Speicherlösungen.

EMC Computer Systems Austria GmbH
Tel. 01/599 52-0
http://www.emc2.at

Storage: Software wird immer wichtiger

Besonders Unternehmen müssen sich heute in kürzester Zeit an veränderte Marktbedingungen und damit an schnell wachsende Datenmengen anpassen.

In den nächsten drei Jahren werden weltweit mehr Informationen erzeugt als in den letzten 300.000 Jahren zusammen. Mit der „E-Infostructure" (Enterprise Information Infrastructure) bietet EMC ein zukunftsweisendes Konzept für die Informationsverwaltung.

Es handelt sich dabei um eine Infrastruktur, die den Fluss der Informationen auf unternehmensweiter Basis gewährleistet und beschleunigt. Diese Informationsflüsse werden zudem genutzt, um zuvor bestehende „Dateninseln" innerhalb der virtuellen Organisation miteinander zu einem Informationsnetz zu verknüpfen. Dabei spielt die Konsolidierung von Informationen sowie der Einsatz netzwerkfähiger Speichersysteme und Speichermanagement-Softwaretools eine immer wichtigere Rolle. Laut Gartner Dataquest hielt EMC im Jahr 2001 25,5% am weltweiten Storage Management Software Markt.

„Führende Industrieunternehmen investieren sowohl in Speichernetze als auch in Software, um sicher zu stellen, dass wichtige Informationen im gesamten Unternehmen jederzeit verfügbar und zugänglich sind", Michael C. Ruettgers, EMC Executive Chairman.

Monitor
Das Magazin für Informationstechnologie

RITTAL

2 Jahre Top-Information

22 Monatsausgaben + 6 MONITOR-Special-Issues
mit Marktübersichten und Trends. Pünktlich und persönlich für Ihren Info-Vorsprung. Die monatlichen Top-Informationen aus der IT-Branche.

+ Design-Gehäuse für Small-Office

NEU

RiNet, das Gehäuse für aktive Komponenten
wie Mini-Hubs, Router, Modems usw.
Ausgestattet mit vertikaler 19"-Ebene.
Als Tisch oder Wandgehäuse (Konsole optional).
Perfekter Schutz für Ihre PC- und Netzwerkkomponenten.
342 x 490 x 400 mm (B x H x T).
Vorbereitet für 6 Höheneinheiten.

RiNet Info-Hotline: (01) 610 09-851

Abo-Aktionspaket 1

- 7870.300 RNC-Gehäuse, 6 HE, 19"-Ebene vertikal
- 2 Jahres-Abonnement Monitor*)

Im Kombi-Abo um nur:

öS 2.180,–
Standardlistenpreis öS 3.310,–

Sie sparen öS 1.130,–

Abo-Aktionspaket 2

- 7870.300 RNC-Gehäuse, 19"-Ebene vertikal
- 7240.210 19" Steckdosenleiste, 7 Steckdosen zur Montage im RiNet Gehäuse
- 2 Jahres-Abonnement Monitor*)

Im Kombi-Abo um nur:

öS 2.540,–
Standardlistenpreis öS 3.821,–

Sie sparen öS 1.281,–

Alle Preise inkl. MwSt.
Aktion gültig bis 30.9.2001

Abschneiden, kopieren oder scannen und absenden!

Gleich bestellen!

Per Fax:
(01) 740 95-425

Per Post an:
Bohmann Druck
und Verlag GmbH
& Co KG
Monitor
Leberstraße 122
A-1110 Wien

Per E-Mail:
office@monitor.co.at

... oder ganz bequem im Internet:
www.monitor.co.at

✗ JA, ich möchte das günstige Kombi-Angebot nutzen und bestelle

❑ **Abo-Aktionspaket 1**** um nur öS 2.180,– (€ 158,42) inkl. MwSt. (10% Abo, 20% RiNet)

❑ **Abo-Aktionspaket 2**** um nur öS 2.540,– (€ 184,58) inkl. MwSt. (10% Abo, 20% RiNet)

Preise inkl. Versandkosten. Dieses Angebot kann auf bestehende Abos nicht angerechnet werden.
Aktion gültig bis 30.9.2001!

Name

Firma

Straße

Plz Ort

Telefon E-Mail

Zahlung: Ich erhalte eine Rechnung mit Zahlschein. Die Zusendung des RiNet erfolgt nach Zahlungseingang. Das Abo beginnt im Folgemonat.

Datum Unterschrift

*) Ich habe jederzeit die Möglichkeit, das Abo bis 1 Monat vor Ablauf des zweiten Abojahres zu kündigen. Postkarte oder ein Fax genügt, sonst verlängert es sich zum jeweils gültigen Abo-Vorzugspreis für jeweils 1 Jahr. Abo-Angebote nur gültig für Personen mit Inlandanschrift.
**) bestehend aus: 2 Jahres-Abo Monitor (öS 500,- statt öS 762,-), RNC-Gehäuse 7870.300 (öS 1.680,- statt öS 2.548,-), alternativ zuzüglich Steckdosenleiste 7240.210 (öS 360,- statt öS 511,-)

Moderne IT-Technologien sind im Bankgeschäft inzwischen ein zentraler Wettbewerbsfaktor. Denn nur eine schnelle Informationsverarbeitung garantiert den Kunden einen perfekten Service. In der bayerischen SchmidtBank sorgen deshalb speziell geschulte Experten in einem eigens eingerichteten Call Center dafür, dass EDV-Probleme schnell gelöst werden.

Barbara Heckerott

Reibungslose Bankgeschäfte: Call Center der SchmidtBank

Die traditionsreiche SchmidtBank KGaA (www.schmidtbank.de) mit Sitz in Hof/Saale ist auch in den Bereichen Leasing, Versicherungen und Immobilien tätig. In Österreich ist sie vor allem durch ihre Tochter Consors AG (www.consors.at), den größten europäischen Discountbroker, bekannt geworden. Die deutsche Privatbank hat aber auch mit ihren „traditionellen" Angeboten zahlreiche Kunden in Österreich gewonnen.

Mit der Einrichtung eines Call Centers im bankeigenen Systemhaus will sich das Hofer Geldinstitut für die Anforderungen des modernen Bankgeschäfts wappnen, in dem die „intelligenten Technologien" eine immer größere Rolle spielen. Zwölf Telefonprofis unterstützen derzeit rund 1800 Angestellte in 135 Filialen bei den verschiedensten EDV-Problemen.

Auch die Mitarbeiter des Discount-Brokers Consors werden teilweise von den Call-Center-Agenten betreut. Flexibilität, Überblick, Know-how und souveräne Verhaltensweisen sind bei dieser Tätigkeit gefragt. Die Agenten müssen dabei jedes auch scheinbar noch so kleine Problem ernst nehmen, denn damit die Geschäftsprozesse nicht beeinträchtigt werden, sollen die „Kunden" möglichst schnell Hilfe bekommen.

„Mein Name ist Stefan Wächter, was kann ich für Sie tun?" Wächter und seine elf Kollegen wiederholen diese Frage viele Male am Tag. „Langeweile ist für unser Team aber trotzdem ein Fremdwort", berichtet der Call-Center Agent. Denn beantwortet werden müssen Fragen zu Kassenanwendungen, zum Buchungssystem und zu den Selbstbedienungs-Terminals, zu Bürosoftware, E-Mail und Internet.

Da kommt eine Assistentin bei der Erstellung eines Serienbriefs nicht weiter, ein Sachbearbeiter braucht Informationen zu einer Währungsumrechnung, ein Abteilungsleiter möchte wissen, wie er elektronische Post an alle Mitarbeiter gleichzeitig verschicken kann.

Und wenn ein und derselbe Mitarbeiter mehrmals täglich anruft, weil sein Rechner Kapriolen schlägt, verlangt dies von dem Telefonberater Trittsicherheit auf dem schmalen Grad

zwischen der eigenen Anspannung und der Kundenzufriedenheit. Andernfalls kann ein technisches Problem schnell zu einem menschlichen werden.

Auch deshalb versteht es sich von selbst, dass eine komfortable technische Ausstattung nur eine Teilvoraussetzung für eine erfolgreiche Benutzerbetreuung sein kann. Beim Auf- und Ausbau des Call Centers spielt natürlich vor allem auch die Ausbildung der Mitarbeiter eine entscheidende Rolle. „Wir schulen unsere Mitarbeiter, um durch konsequent kundenorientiertes Telefonverhalten unsere Akzeptanz bei den Anrufern permanent zu erhöhen", lautet das Motto von Markus Rink, Service-Leiter im SchmidtBank-Systemhaus und Chef des User-Help-Desks. Denn wenn sich sein Bereich als professionelles Call Center für die Bank etablieren wolle, brauche es natürlich auch ein professionelles Verhalten der Mitarbeiter am Telefon. Fachliches Know-how und das Auswendiglernen einiger Standardsätze, die dann im Gespräch abgespult werden, reichen nicht aus.

Für das Training der Telefonberater wurde daher auch kompetente Unterstützung von außen engagiert: Die I and C Akademie in München, die zum Siemens-Bereich Information and Communication Networks (ICN) gehört, übernahm den kompletten Schulungsauftrag von der Planung bis zum „Training on the Job".

Der eigentlichen Schulung ging dabei ein Strategie-Gespräch voraus: Im Dialog erarbeiteten Cornelia Pilny, Leiterin der I and C Akademie, und Markus Rink Art, Umfang und Ziele der Maßnahmen und analysierten technische Ausstattung und Arbeitsumfeld. Gemeinsam ermittelten sie mit den künftigen Trainingsteilnehmern deren Profile und das Aufgabenspektrum und formulierten Erwartungen und Wünsche. Daraus entstand ein mehrstufiges Schulungskonzept, das den Chef des Call Centers zuversichtlich stimmte: „Das war eine genau an unserem Bedarf orientierte Lösung."

Für Markus Rink war auch wichtig, dass die I and C Akademie mit Andrea Grasberger eine Trainerin zur Verfügung stellte, die selbst aus dem Bankgeschäft kommt. Sie sollte den Call-Center-Mitarbeitern zunächst in drei ganztägigen Seminaren Techniken für kundenorientiertes Telefonverhalten und effektives Beschwerdemanagement vermitteln.

Zwischen den einzelnen Trainingseinheiten lagen jeweils vier Wochen praktischer Arbeit, um das Gelernte zu erproben und zu vertiefen. Erfahrungen aus dieser Zeit dienten der „Feinjustierung" der darauf folgenden Trainingseinheiten. Um ein konstruktives Feedback geben zu können, schaute Andrea Grasberger den Mitarbeitern zum Abschluss der Seminarreihe einen Praxistag lang über die Schulter und gab konkrete Ratschläge und Hinweise.

In Einzelgesprächen zog schließlich jeder Teilnehmer seine individuelle Leistungs- und Erfolgsbilanz. Denn zur Aufgabe der I and C Akademie gehörte auch eine „On-the-Job-Kontrolle", um sicherzustellen, dass alle Teilnehmer die Lernziele auch tatsächlich erreichen. Dank des Trainings sind die Call-Center-Agenten in der SchmidtBank nun beispielsweise in der Lage, durch gezielte Fragen den Anrufer schnell zu einer Lösung zu führen.

Sie wissen, wie sie auch dann gelassen und professionell reagieren können, wenn ein Kunde einmal „Dampf ablässt", oder auch wie sie einen allzu redseligen Anrufer freundlich aber bestimmt aus der Leitung komplimentieren. ❑

Barbara Heckerott ist freie Journalistin in Neuss

Das Abspulen von Standardsätzen reicht nicht aus

Angesichts immer ähnlicherer Produkte und Dienstleistungen wird es für die Unternehmen zunehmend wichtiger, die Kunden durch überzeugenden Service zu gewinnen und vor allem langfristig zu binden.

Cornelia Pilny

Ein professionelles Call Center leistet hier wirkungsvolle Unterstützung. Denn lange Warteschleifen und mangelnde Kompetenz des Personals lassen sich die Kunden immer weniger gefallen. Ein paar höfliche Standardsätze aufzusagen reicht für die Mitarbeiter eines Call Centers deshalb heute auch längst nicht mehr aus. Erforderlich sind Fachwissen aus der jeweiligen Branche, perfekte Umgangsformen und psychologische Kenntnisse, um die Gespräche erfolgreich steuern zu können. Und natürlich müssen die Agenten auch ihr „Handwerkszeug" beherrschen, sich also mit modernen Kommunikationstechniken auskennen. Denn moderne Call Center entwickeln sich immer mehr zu Customer Interaction Centern, in denen nicht nur per Telefon, sondern auch per Fax, E-Mail und über das Internet mit den Kunden kommuniziert wird.

Ein Standardprogramm kann bei der Aus- und Weiterbildung von Call-Center-Agenten deshalb auch nur bedingt erfolgreich sein. Für die Unternehmen kommt es vielmehr darauf an, dass die Schulungen genau auf ihren Bedarf und auf die eventuell bereits vorhandenen Qualifikationen der Mitarbeiter zugeschnitten werden. Wichtig ist auch, dass die Trainer aus der jeweiligen Branche kommen (dass also Call-Center-Mitarbeiter einer Bank auch von „Bankern" und die Agenten in der Reisebranche auch von Tourismus-Experten geschult werden. So lässt sich gezielt das notwendige Wissen rund um kundenorientiertes Telefonieren vermitteln.

http://iandc.icn.siemens.de

Cornelia Pilny ist Leiterin der Siemens I and C Akademie in München

Dass IT-Anwendungen den Alltag in der Finanzwelt und im Telekom-Sektor in den vergangenen Jahren nachhaltig verändert haben, ist hinreichend bekannt. Doch auch in Branchen, die auf den ersten Blick nicht besonders technologieaffin erscheinen, beginnen Softwareanwendungen ihren Siegeszug. Der Modehersteller Strenesse AG suchte nach einer Plattform, welche die Kollektion vom Design bis hin zur Katalogplanung systematisieren sollte. Dabei setzte das Nördlinger Unternehmen auf die Softwareplattform iGrafx von Micrografx.

Hans-Peter Bürgler

Modedesign mit iGrafx Designer - Strenesse setzt auf Micrografx

Die Strenesse AG mit Hauptsitz im deutschen Nördlingen ist ein mittelständisches Unternehmen mit etwa 500 Mitarbeitern, das im Geschäftsjahr 1999 einen Jahresumsatz von 160 Mio DM erzielt hat. Für das Entwerfen seiner beiden Linien GS und Blue, die jeweils als Winter- und Sommerkollektion erscheinen, setzt das Modeunternehmen seit Jahren den Designer, eine Pixelgrafik-Software von Micrografx, ein.

Nach dem Designen der einzelnen Bekleidungsstücke hieß nun der nächste Schritt, die diversen Entwürfe der beiden Kollektionen mit der Modell- und Stoffnummer für die weitere Bearbeitung auszuzeichnen. Diese Informationen wurden in einer Datenbank nachgeschaut, abgeschrieben und mussten anschließend händisch in die Skizzen übertragen werden. Abschließend generierte eine Barcode-Software aus den Modell- und Stoffinformationen einen Strichcode für die weitere Bearbeitung. Pro Saison wurden auf diese Weise etwa 500 bis 600 Modelle der beiden Linien ausgezeichnet und in sogenannte Verkaufsbücher integriert.

Doch das Generieren und das Ändern der Barcodes sowie die manuelle Dateneingabe waren zeit- und kostenintensiv und die zudem sehr fehleranfällig. Innerhalb des Projektes standen zwei Bereiche im Vordergrund: Das Entwerfen neuer Kollektionen anhand einer umfassenden Grafiklösung sowie die Automatisierung von Prozessen mit Hilfe einer individuell abgestimmten Anwendung. Die Lösung sollte sein, eine zentrale Plattform zu schaffen, die diesen Workflow automatisierte.

Die Erwartungen an die Software waren dabei klar definiert: Das iGrafx System sollte helfen, die Produktionskosten erheblich zu reduzieren und für einen freien Informationsfluss zwischen Kreation und Projektmanagement zu sorgen. Das bedeutete, den Zeitaufwand deutlich zu minimieren und potenzielle Fehlerquellen in der Produktion zu vermeiden, die sich überwiegend durch die manuelle Eingabe von Daten einschlichen.

Bei der Suche nach einer Software-Plattform kristallisierte sich für die Strenesse AG als einzig machbare Lösung schnell das iGrafx System von Micrografx heraus, eine modular aufgebaute, skalierbare Software-Plattform für technische Illustration und Prozessmanagement. Die Strenesse AG hatte bereits mit früheren Anwendungen von Micrografx sehr positive Erfahrungen gemacht. Zur Realisierung des Projektes wurden zwei Komponenten des iGrafx Systems implementiert: Der iGrafx Designer, ein Grafikpaket bestehend aus einem Pixel- und Vektorgrafikprogramm, in der Kreativabteilung des Unternehmens und iGrafx Professional in der kaufmännischen Arbeitsvorbereitung.

Mit dem iGrafx Designer sollten Skizzen und Entwürfe als Vektorzeichnungen für die weitere Bearbeitung und den Produktionsprozess erstellt werden. Die so entstandenen Skizzenblätter sollten in einem späteren Prozessschritt in die Verkaufsbücher integriert werden. Dabei garantierte der Plattformgedanke vom iGrafx System die reibungslose Einbindung der Vektorzeichnungen in die Flowchart-Software.Das zentrale Stichwort für eine effizientere Produktion der Kollektionsbücher hieß „Automatisierung“. Mehr Effizienz bedeutete hier vor allem eine schnellere Erstellung mit einer geringeren Fehlerquote. So war der Rahmen für den Einsatz von iGrafx Professional vorgegeben. Mit Hilfe der Software und einer von Micrografx programmierten Kundenanpassung auf Basis von

zwischen der eigenen Anspannung und der Kundenzufriedenheit. Andernfalls kann ein technisches Problem schnell zu einem menschlichen werden.

Auch deshalb versteht es sich von selbst, dass eine komfortable technische Ausstattung nur eine Teilvoraussetzung für eine erfolgreiche Benutzerbetreuung sein kann. Beim Auf- und Ausbau des Call Centers spielt natürlich vor allem auch die Ausbildung der Mitarbeiter eine entscheidende Rolle. „Wir schulen unsere Mitarbeiter, um durch konsequent kundenorientiertes Telefonverhalten unsere Akzeptanz bei den Anrufern permanent zu erhöhen", lautet das Motto von Markus Rink, Service-Leiter im SchmidtBank-Systemhaus und Chef des User-Help-Desks. Denn wenn sich sein Bereich als professionelles Call Center für die Bank etablieren wolle, brauche es natürlich auch ein professionelles Verhalten der Mitarbeiter am Telefon. Fachliches Know-how und das Auswendiglernen einiger Standardsätze, die dann im Gespräch abgespult werden, reichen nicht aus.

Für das Training der Telefonberater wurde daher auch kompetente Unterstützung von außen engagiert: Die I and C Akademie in München, die zum Siemens-Bereich Information and Communication Networks (ICN) gehört, übernahm den kompletten Schulungsauftrag von der Planung bis zum „Training on the Job".

Der eigentlichen Schulung ging dabei ein Strategie-Gespräch voraus: Im Dialog erarbeiteten Cornelia Pilny, Leiterin der I and C Akademie, und Markus Rink Art, Umfang und Ziele der Maßnahmen und analysierten technische Ausstattung und Arbeitsumfeld. Gemeinsam ermittelten sie mit den künftigen Trainingsteilnehmern deren Profile und das Aufgabenspektrum und formulierten Erwartungen und Wünsche. Daraus entstand ein mehrstufiges Schulungskonzept, das den Chef des Call Centers zuversichtlich stimmte: „Das war eine genau an unserem Bedarf orientierte Lösung."

Für Markus Rink war auch wichtig, dass die I and C Akademie mit Andrea Grasberger eine Trainerin zur Verfügung stellte, die selbst aus dem Bankgeschäft kommt. Sie sollte den Call-Center-Mitarbeitern zunächst in drei ganztägigen Seminaren Techniken für kundenorientiertes Telefonverhalten und effektives Beschwerdemanagement vermitteln.

Zwischen den einzelnen Trainingseinheiten lagen jeweils vier Wochen praktischer Arbeit, um das Gelernte zu erproben und zu vertiefen. Erfahrungen aus dieser Zeit dienten der „Feinjustierung" der darauf folgenden Trainingseinheiten. Um ein konstruktives Feedback geben zu können, schaute Andrea Grasberger den Mitarbeitern zum Abschluss der Seminarreihe einen Praxistag lang über die Schulter und gab konkrete Ratschläge und Hinweise.

In Einzelgesprächen zog schließlich jeder Teilnehmer seine individuelle Leistungs- und Erfolgsbilanz. Denn zur Aufgabe der I and C Akademie gehörte auch eine „On-the-Job-Kontrolle", um sicherzustellen, dass alle Teilnehmer die Lernziele auch tatsächlich erreichen. Dank des Trainings sind die Call-Center-Agenten in der SchmidtBank nun beispielsweise in der Lage, durch gezielte Fragen den Anrufer schnell zu einer Lösung zu führen.

Sie wissen, wie sie auch dann gelassen und professionell reagieren können, wenn ein Kunde einmal „Dampf ablässt", oder auch wie sie einen allzu redseligen Anrufer freundlich aber bestimmt aus der Leitung komplimentieren. ❑

Barbara Heckerott ist freie Journalistin in Neuss

Das Abspulen von Standardsätzen reicht nicht aus

Angesichts immer ähnlicherer Produkte und Dienstleistungen wird es für die Unternehmen zunehmend wichtiger, die Kunden durch überzeugenden Service zu gewinnen und vor allem langfristig zu binden.

Cornelia Pilny

Ein professionelles Call Center leistet hier wirkungsvolle Unterstützung. Denn lange Warteschleifen und mangelnde Kompetenz des Personals lassen sich die Kunden immer weniger gefallen. Ein paar höfliche Standardsätze aufzusagen reicht für die Mitarbeiter eines Call Centers deshalb heute auch längst nicht mehr aus. Erforderlich sind Fachwissen aus der jeweiligen Branche, perfekte Umgangsformen und psychologische Kenntnisse, um die Gespräche erfolgreich steuern zu können. Und natürlich müssen die Agenten auch ihr „Handwerkszeug" beherrschen, sich also mit modernen Kommunikationstechniken auskennen. Denn moderne Call Center entwickeln sich immer mehr zu Customer Interaction Centern, in denen nicht nur per Telefon, sondern auch per Fax, E-Mail und über das Internet mit den Kunden kommuniziert wird.

Ein Standardprogramm kann bei der Aus- und Weiterbildung von Call-Center-Agenten deshalb auch nur bedingt erfolgreich sein. Für die Unternehmen kommt es vielmehr darauf an, dass die Schulungen genau auf ihren Bedarf und auf die eventuell bereits vorhandenen Qualifikationen der Mitarbeiter zugeschnitten werden. Wichtig ist auch, dass die Trainer aus der jeweiligen Branche kommen (dass also Call-Center-Mitarbeiter einer Bank auch von „Bankern" und die Agenten in der Reisebranche auch von Tourismus-Experten geschult werden. So lässt sich gezielt das notwendige Wissen rund um kundenorientiertes Telefonieren vermitteln.

http://iandc.icn.siemens.de

Cornelia Pilny ist Leiterin der Siemens I and C Akademie in München

Die Telekom Austria Gruppe, Österreichs führender Betreiber von Mobilfunk- und Festnetzen für Internet-, Sprach-, Daten-, Bild- und Multimediakommunikation, setzt bei der Implementierung ihres Online-Shops auf die Online-Store-Lösung von SAP.

Jet2Web OnlineShop auf Kurs mit SAP

Mit dem Jet2Web OnlineShop hat die Telekom Austria eine einheitliche Bestelloberfläche für Dienstleistungen und Produkte geschaffen, die den Kunden bestmöglichen Service rund um die Uhr bieten soll.

SAP-Online-Store: minimale Zugriffszeiten + maximaler Komfort

Mit der Schaffung einer einheitlichen Benutzeroberfläche wollte man die Bestellung und Administration von Netzdienstleistungen, aber auch von Handies und Festnetztelefonen via Internet so einfach und kundenfreundlich wie möglich gestalten.

„Wir möchten unseren Kunden ein Minimum an Online-Zugriffszeiten garantieren, SAP ist für uns unter diesem Gesichtspunkt der ideale Partner. Teil unserer Entscheidung für SAP war darüber hinaus auch die Möglichkeit zur Anbindung an bestehende Back End Systeme", zeigt sich E-Shopping-Leiter Josef Bruckschlögl von den vielfältigen Vorteilen des SAP-Online-Stores überzeugt. „Nach unserer jahrelangen positiven Erfahrung mit den SAP Systemen war es für uns außerdem naheliegend, auch unsere E-Commerce-Solution auf Basis von SAP zu realisieren," betont er auch die bewußte Entscheidung zur Kontinuität bei der Auswahl der Unternehmenssoftware.

Mit dem automatisierten Order Prozess bei der Anmeldung von Netzdienstleistungen sowie dem einfachen Bestellen von Add-Ons konnte die Telekom Austria AG ihre Prozessabläufe entscheidend beschleunigen und vereinfachen und damit die Basis zu einer permanenten Steigerung der Unternehmensperformance legen.

Was kann das neue System?

Kunden gewinnen und binden - dies sind auf den Punkt gebracht die wichtigsten Vorteile der „Eröffnung" eines virtuellen Stores. Mit der Möglichkeit zum Rund-um-die-Uhr-Einkauf von jedem webfähigen Endgerät läßt die Telekom Austria AG langwierige Bestellvorgänge der Vergangenheit angehören. Im Jet2Web OnlineShop können Kunden bequem durch Produktkataloge blättern, per Mausklick ihren individuellen Einkaufskorb füllen, Preisangebote anfordern und aus drei möglichen Zahlungsarten wählen.

Sobald ein Kunde ein bestimmtes Produkt auswählt, leitet ihn der SAP Internet Pricing and Konfigurator durch den Konfigurationsprozeß. Das System ermittelt den Preis und führt gleichzeitig eine aktuelle Verfügbarkeitsprüfung durch.

Engagiertes Projektteam - zügige Implementierung

Der Startschuß zum Projekt erfolgte im Oktober 2000, aufgrund der außerordentlich kurzen Projektlaufzeit von sieben Wochen waren auf Seiten des Projektteams hohe Flexibilität und starkes Engagement gefordert. Nach einer stringenten Projektplanung mit exakten Vorgaben konnte aufgrund der optimalen Kooperation im Team die Implementierung innerhalb des Planungszeitraumes tatsächlich realisiert werden. Neben dem SAP-Beratungsteam trugen new10 (Front End Development), Worx (Kreativagentur) sowie r-IT (SAP Implementierungspartner) wesentlich zum Gelingen des Projektes bei.

Kundenkontakt in Echtzeit

Besser Geschäfte bringt das neue System vor allem aufgrund der Möglichkeit zum permanenten Kunden-Monitoring. Die Integration des Online-Stores in Verbindung mit den R/3 Systemen bildet die technologische Basis für eine schnelle Reaktion auf sich verändernde Marktgegebenheiten und Kundenbedürfnisse.

Unterm Strich wird der Jet2WebOnline-Shop der Telekom Austria Gruppe eine deutliche Steigerung des Absatzes bringen. Mit gezielten Aktivitäten innerhalb der E-Commerce-Tools sowie Cross-Media-Marketing sollen die Online-Umsätze gepusht werden. „Unser Ziel ist ganz klar, mit Unterstützung von SAP der beste Online-Shop im Bereich Telekommunikation zu sein", läßt man keinen Zweifel am Führungsanspruch der Unternehmensgruppe.

SAP Österreich GmbH
Tel. 01/288 22-0
http://www.sap.at

Microsoft BizTalk Server 2000 zur Beschleunigung der Auftragsabwicklung

Mayer & Co, österreichischer Hersteller von Tür- und Fensterbeschlägen mit Sitz in Salzburg, ist in 20 Ländern tätig und vertreibt seine Waren über Tochterunternehmen, Filialen und Vertreter. Am stärksten ist das Unternehmen in Österreich, Großbritannien, Deutschland und Frankreich vertreten.

Die wichtigsten Länder für die Handelsbeziehungen sind Großbritannien, Italien und Deutschland sowie der Inlandsmarkt. Das Unternehmen hat die Notwendigkeit erkannt, diese Beziehungen zu stärken und zu verbessern, indem Aufträge schneller als je zuvor übermittelt, produziert und abgewikkelt werden. Zu diesem Zweck wurde eine neue Plattform benötigt, in der Aufträge aus unterschiedlichen Ländern integriert, Zahlungen in verschiedenen Währungen akzeptiert und Einheiten gemäß den Anforderungen des jeweiligen Landes umgerechnet werden konnten.

Verbesserte Auftragsabwicklung

Der erste Schritt in der E-Strategy war die Beschleunigung der Auftragsabwicklung, weil sich das Unternehmen bewusst war, dass die Nachfrage nach einem bestimmten Produkt um so schneller erfüllt werden kann, je früher sie ins Produktionsplanungssystem eingeht. Darüber hinaus vermeiden minutengenaue Informationen Bestandslücken. Man erkannte, dass mit einer E-Business-Plattform schneller auf dynamische Marktanforderungen reagiert werden kann.

Integration und Skalierbarkeit

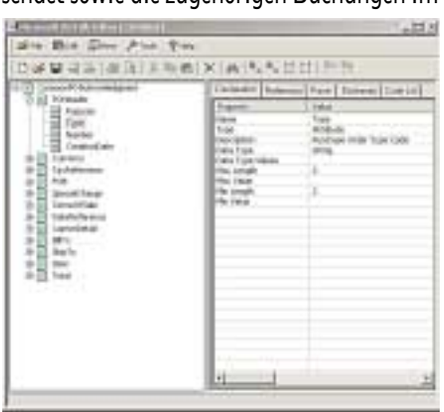
Das Unternehmen beschloss, die vier Schlüsselländer Großbritannien, Italien und Deutschland sowie den Inlandsmärkten einer neuen B2B-Plattform (Business-to-Business) zu integrieren. Bei der Auswahl und Implementierung der neuen Plattform wurde das Unternehmen von dem österreichischen E-Business-Spezialisten ObjectPlace unterstützt. ObjectPlace entschied sich für Microsoft BizTalk Server 2000 als E-Business-Plattform.

Vorhandene Systeme

Mayer & Co nutzte für den Informationsaustausch eine Vielzahl von Datenformaten, z. B. EDI, EDIFACT, flache Dateiformate und XML (Extensible Markup Language). Die Lösung musste daher eine problemlose Integration dieser Formate gewährleisten, ohne die Anwendungen zu beeinträchtigen. Dank der Technologie von Microsoft konnte eine flexible Lösung entwickelt werden, ohne das Produktionsplanungssystem in Salzburg oder die ERP-Anwendungen (Enterprise Resource Planning) in den Filialen in zahlreichen Ländern neu zu gestalten.

Elektronischer Lieferschein

BizTalk Server 2000 kann auf allen Ebenen der Supply Chain eingesetzt werden. Es wandelt einen Erstauftrag aus einer bestimmten Filiale automatisch in eine Kommission um und sendet diese an das Produktionsplanungssystem. Anschließend werden ein elektronischer Lieferschein erstellt und gesendet sowie die zugehörigen Buchungen im



Biz Talk Server Editor

Produktionsplanungssystem und dem ERP-System der Filiale abgelegt. Rechnungen werden automatisch gestellt und mit den Finanzanwendungen der vier Schlüsselländer ausgetauscht.

Das Produktionsplanungssystem in Salzburg und Trieben ist über eine Standleitung mit dem System verbunden, während die Datenkommunikation mit Filialen in Großbritannien, Italien und Deutschland per ISDN oder Internet erfolgt.

Biz Talk Server Mapper

Zahlungen in anderen Währungen

Die neue E-Business-Plattform musste Zahlungen von einer Währung in eine andere Währung umrechnen sowie die Mengenangaben harmonisieren und Lieferbedingungen verstehen können. Die Entwickler von ObjectPlace nutzen zu diesem Zweck Objekte von Microsoft COM+, die mittels Microsoft C++ und Visual Basic entwickelt wurden.

Fazit

Mayer & Co verfügt mit BizTalk Server 2000, einem Teil der Microsoft .NET Enterprise Server-Familie, über hohe Skalierbarkeit. Dies wird angesichts der Erweiterungspläne für die Plattform auf andere Partner und Länder in der Supply Chain von besonders hohem Wert für das Unternehmen sein. Mayer & Co diskutiert darüber bereits mit Kunden und Lieferanten.

objectPlace GmbH
Tel. 04233/5106-0
http://www.objectplace.at

Microsoft Österreich
E-Mail: infoservice@microsoft.at
http://www.microsoft.at/

B2B-Plattform auf Grundlage von Microsoft BizTalk Server 2000

Nutzen: Schnellere Reaktion auf Marktanforderungen, elektronischer Datenaustausch reduziert die Arbeitszeit und die Kosten, hohe Interoperabilität, Integration in vorhandene Produktionsplanungs- und ERP-Systeme, eine offene Plattform für neue Partner und Kunden.

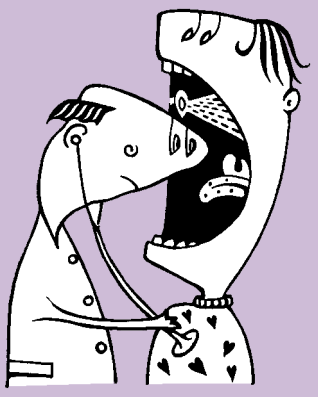
Technologie: Microsoft Windows 2000 Server, Microsoft BizTalkServer 2000 Enterprise Edition, Microsoft SQL Server 2000, Microsoft XML und COM+, Microsoft C++ und Visual Basic.

Partner: ObjectPlace Plattform

Das Lichttelefon:
4000-8033
Bei ausgefallenen Straßenlampen, Ampeln und Verkehrszeichen.

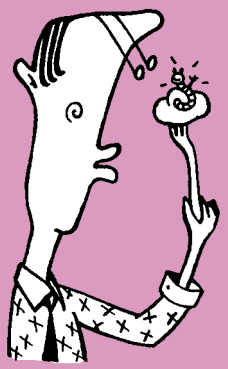
Der Bürgerdienst:
525 50-01 bis 23
(je nach Bezirk)
Für Beschwerden aller Art.

Das Seniorenservicetelefon:
4000-8580
Infos für Senioren.



Das Gesundheitstelefon:
533 28 28
Wissenswertes rund um die Gesundheit.

Das Kindertelefon:
319 66 66
Für Kinder und Jugendliche bei Problemen zu Hause, in der Schule und mit sich selbst.

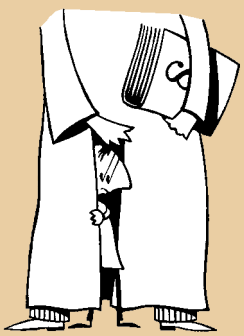


Die Ernährungs- und Lebensmittelberatung:
4000-8038
Alles zum Thema „Lebensmittel, Ernährung und Hygiene“.

Die Hotline für Fahrtendienst:
4000-85 510
Der Fahrtendienst für Gehbehinderte und Rollstuhlfahrer.

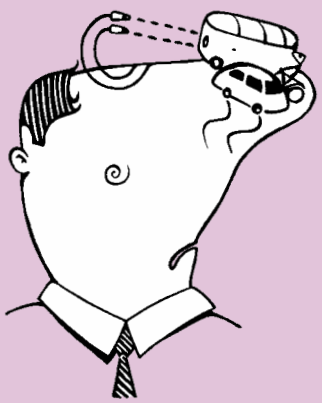
Das Partnertelefon:
4000-90 728
Psychotherapeutische Beratung bei Partnerschaftsproblemen.

Der SozialRuf Wien:
533 77 77
Akuthilfe bei der Betreuung zu Hause.



Die Kinder- und Jugendanwaltschaft:
1708
Die Lobby für Kinder und Jugendliche.

Das Servicetelefon der MAG ELF:
4000-8011
Sofortberatung bei Problemen von Kindern, Jugendlichen und Familien.

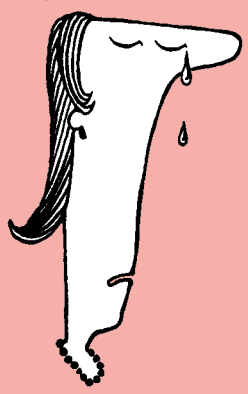


Die Verkehrsinformation:
811 14-92 700
Hilfe bei Problemen im Straßenverkehr.

In Wien gibt es auf fast jede Frage eine Antwort. Und oft

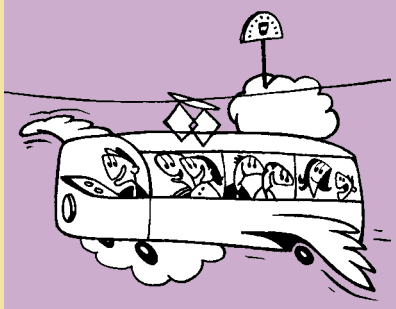
► In Wien leben rund 1,6 Millionen Menschen. Für die Stadt sind das 1,6 Millionen gute Gründe, ihr Serviceangebot ständig zu verbessern. Aber das beste Service nützt nichts, wenn man es nicht findet. Darum hier eine kleine Übersicht wichtiger Anlaufstellen bei Problemen, Fragen und Anregungen. Sie werden sehen, Rat

Das Mieterhilfetelefon:
4000-8000
Was nützlich ist, rund ums Wohnen zu wissen.



Der 24-Stunden-Frauennotruf:
717 19
Notruf bei Gewalt an Frauen.

Der Wiener Integrationsfonds:
4000-8150
Auskunfts- und Anlaufstelle für In- und Ausländer.



Der Wiener Linien Kundendienst:
7909-100
Für Anregungen, Wünsche und Beschwerden rund um die Öffis.

Das Bädertelefon:
601 12-8044
Alle Öffnungszeiten, Aktionen und Preise.

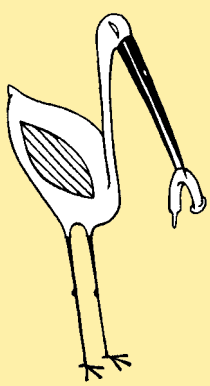
Das Mist- und Schneetelefon:
546 48
Informationen rund um den Ab- und Schneefall.

Die Psychosoziale Information:
310 25 73 (tagsüber)
Rat und Hilfe bei Krisen und Problemen.

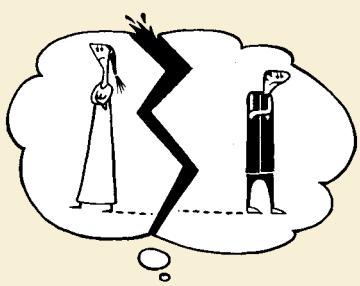
Der Sozialpsychiatrische Notdienst:
310 87 79 (in der Nacht)
Rat und Hilfe bei Krisen und Problemen.

Die Stadtinformation:
525 50
Allgemeine Auskünfte und Infos.

Die Jugendinfo:
1799
Beratung über Job, Rechte und Fun für 13- bis 25-Jährige.



Die First-Love-Ambulanz in der Rudolfstiftung:
Juchgasse 25, 1030 Wien
Beratung für Mädchen und Burschen Mo und Mi, 14.00 bis 16.00 Uhr.



Das Frauentelefon:
408 70 66
Für Frauenfragen rund um Familie, Arbeit und Gesundheit.

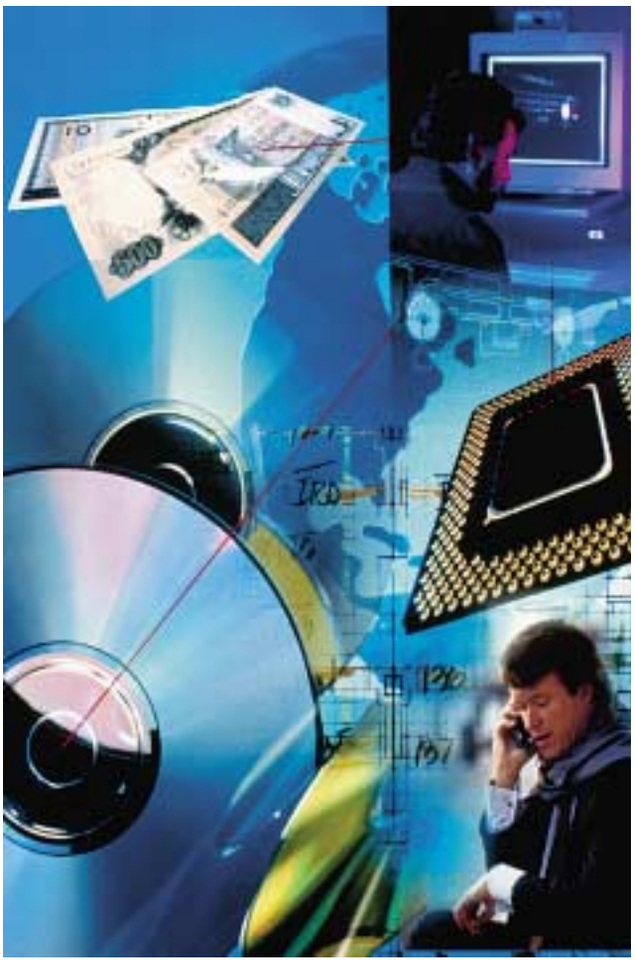
genügt schon ein einfacher Anruf.

und Tat sind in Wien näher, als man denkt. **Mehr über die Serviceeinrichtungen der Stadt Wien erfahren Sie auch unter www.wien.at**

StaDt+Wien
Wien ist anders.

Zu Beginn des neuen Jahrtausends verändern sich die Gesellschaft und die Technik so schnell und so grundlegend, dass unser weiteres Leben ganz anders aussehen wird als das derzeitige. Mobile Computing und der Mobilfunk sind jene Technologie, die zu dieser Veränderung entscheidend beitragen.

Ilse und Rudolf Wolf



Mobile Zukunft

Weil IT und Telekommunikation immer mehr zusammenwachsen, entstehen immer neue Anwendungen für Endgeräte wie z.B. Handys und Handheld-PCs. Als Mittler zwischen diesen Welten sind Anwendungen nötig, die für einen reibungslosen Informationsfluss sorgen. Es erscheint somit erstrebenswert, diese Kapazitäten an allen Orten an denen sie benötigt werden, zur Verfügung zu stellen. So gesehen lässt sich das Konzept der durchgängigen Datenverarbeitung (Pervasive Computing) auch als eine Fortführung der allgegenwärtigen Datenverarbeitung (ubiquitous computing) auffassen.

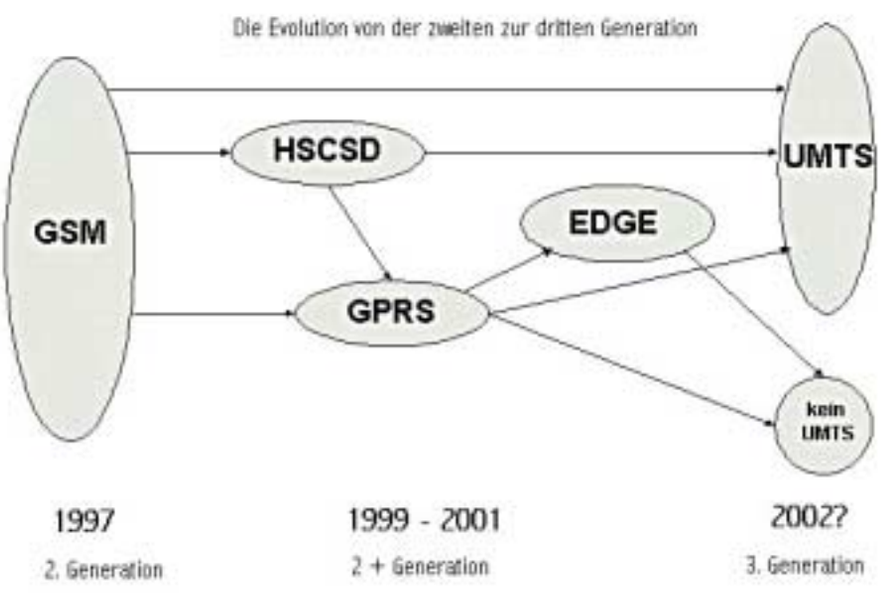
Nach Voraussagen von Analysten wird der Desktop-Computer noch knapp zwei Jahre lang das Standard-Endgerät sein, um auf Daten im Internet zuzugreifen. Wenn man den Marktforschern glauben darf, werden 2003 nicht einmal mehr die Hälfte der Zugangsgeräte PCs sein. Ins Internet kommt man dann anders, mit Set-top-Boxen oder mobilen Endgeräten. Der Trend zur Mobilität ist offensichtlich.

Mobile Computing

Unsere Arbeitsformen werden immer mehr von zwei Trends beeinflusst: Einerseits ist eine zunehmende Mobilität von Mitarbeitern bei ihren jeweiligen Tätigkeiten festzustellen, andererseits unterstützen mobile Endgeräte unterschiedlichster Größenordnung (Mobiltelefone, PDA, Notebooks) zunehmend den Zugriff auf Datenbestände und Applikationen über mobile Kommunikationsmedien und Internettechnologien.

Erinnern Sie sich? Noch vor rund zehn Jahren war das Mobiltelefon ein Statussymbol für Wirtschaftskapitäne und VIPs - heute tragen Schulkinder ganz selbstverständlich ein Handy in der Tasche.

Den umgekehrten Wandel vollziehen derzeit die Taschencomputer. Aus einem Spielzeug für Technik-Freaks werden wichtige Business-Komponenten. Für die mobilen Computer im Miniformat lassen sich die Marketingmanager immer neue Namen einfallen „Handheld" oder „Personal Digital Assistant" (PDA) sind die gängigsten. Der derzeit augenfälligste Trend ist die Verschmelzung von mobiler Rechenleistung und Telefonie in



WAP-Handys und anderen Geräten. Angestrebtes Ziel ist es, mobilen Benutzern alle benötigten Informationen zu jeder Zeit und an jedem Ort zur Verfügung zu stellen.

Die dritte Generation

GSM ist die zweite Generation (2G) der mobilen Kommunikation. Die dritte Generation (3G) ist die Zukunft der täglichen Kommunikation. 3G ist eine globale Entwicklung, die derzeit beginnt, die so genannten 2G-Dienste zu ergänzen. Begriffe wie GPRS, EDGE, WCDMA und UMTS sind alle bereits aus der Welt der 3G-Dienste. Vor allem UMTS wird den Begriff der Kommunikation verändern. Alle diese neuen Technologien haben zum Ziel, den Datendurchsatz zu erhöhen und dies wirkt sich auch auf die Endgeräte aus. Mit der Einführung des UMTS (Universal Mobile Telecommunications System) werden Mobiltelefone auf den Markt kommen, die Telefon, Digitalkamera, Videokamera, Computer, MP3-Player und Radio in einem Gerät vereinen. Die mobile Kommunikation verändert sich von purer Sprache hin zu reichhaltigem Content, der mehrere Sinne gleichzeitig anspricht und der eine Vielzahl von Möglichkeiten zulässt. Die 3G-Revolution passiert freilich nicht von einem Tag auf den anderen, sie passiert fließend. Niemand hat den enormen Erfolg der GSM-Telefonie des Short Message Service (SMS) vorhergesehen. Es ist also durchaus möglich, dass bezüglich der dritten Generation die beliebtesten Anwendungen jene sein werden, die sich am bedienerfreundlichsten durch die Konsumenten einsetzen lassen.

Die Killer Applikation SMS

SMS (Short Message Service) ist der Kurznachrichten-Dienst in den GSM-Mobilfunknetzen. Maximal 160 Zeichen (Buchstaben, Zahlen, Sonderzeichen) oder 140 Byte lassen sich in einer Kurznachricht (SMS) versenden. Als Empfangs- und Sendegerät dient ein Handy. Der Text wird dabei einfach auf der Handy-Tastatur eingetippt und an die gewünschte Empfänger-Nummer geschickt. Auf diese Weise lassen sich auch professionelle Auskunftsdienste verwirklichen. Wie z.B. aktuelle Nachrichten oder Börsendienste. Inzwischen hat sich eine ganze Branche herausgebildet, die ihre Dienste per SMS anbietet - werbefinanziert oder gegen Gebühr.

In den GSM-Mobilfunknetzen wird die Organisation des Verbindungsaufbaus über einen eigenen Frequenzkanal durchgeführt. Dieser Signalisierungsskanal dient dem ständigen Kontakt zwischen Handy und Funkzelle (Basisstation). In den GSM-Netzen wird der Signalisierungskanal deshalb auch für den Short Message Service (SMS) genutzt. Mittelpunkt des Kurznachrichten-Dienstes ist das Short Message Service Center (SMSC), das den Versand und Empfang von Kurznachrichten abwickelt. Die Netzanbieter betreiben solche SMSC. Und dann gibt es noch weitere Firmen, welche Dienstleistungen per SMS anbieten und eigene SMSCs betreiben. Bei der Übertragung von SMS wird keine Verbindung zwischen Sender und Empfänger hergestellt. Das Funknetz nimmt die Nachricht entgegen und leitet sie an das Ziel-Handy weiter, wenn dieses eingeschaltet ist. Wenn nicht, wird die Message zwischengespeichert. Österreich gehört zu den Ländern, in denen Handy-Nutzer am eifrigsten den Short Message Service nutzen. Besonders in den letzten 2 Jahren ist das SMS-Aufkommen in Österreich explodiert. Es sind nicht nur Teenager, die sich auf den Tasten des Mobiltelefons die Finger wund tippen, SMS wird z.B. auch von Unternehmen genutzt, um ihre Außendienstler auf dem Laufenden zu halten.

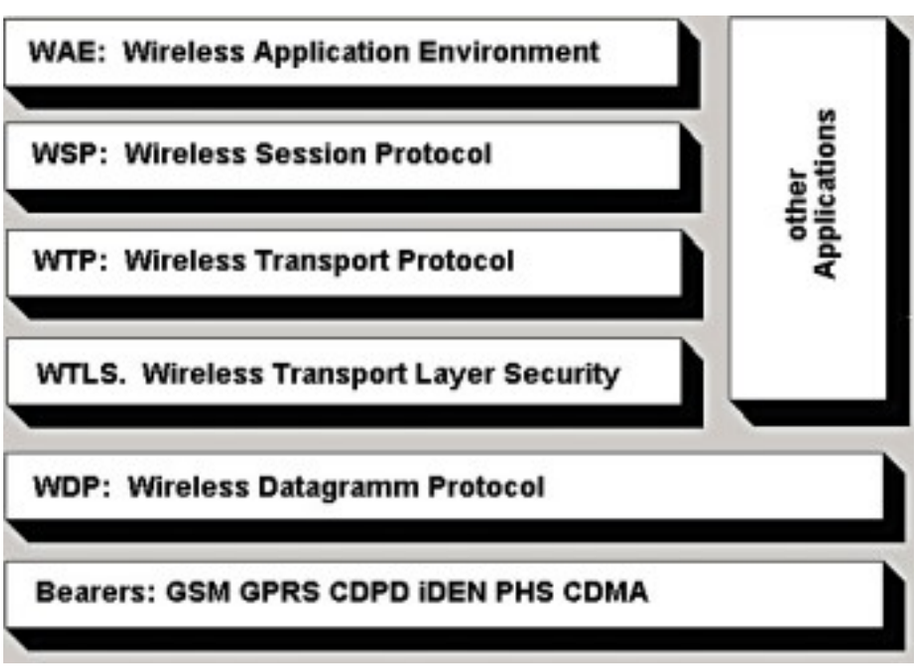
Quelle: http: www.wapforum.org

Mobil ins Internet

Die Entwicklung hin von der zweiten (2G) zur so genannten zweieinhalbten (2G+) und später zur dritten Generation der Mobiltelefonie ist eng mit dem Internet verbunden. Noch ist Global System for Mobile Communications (GSM) der dominierende Standard für den digitalen Mobilfunk. Die maximale Datenübertragungsrate ist jedoch mit 9600 Bit/s erreicht. Angesichts der hohen Verbindungskosten und bei dieser langsamen Geschwindigkeit ist ein sinnvolles Arbeiten mit dem Internet kaum möglich. Dies haben auch die Hersteller von Mobiltelefonen und Netzbetreiber bereits vor einiger Zeit erkannt und als Verbesserung des Zugangs WAP eingeführt.

Was ist WAP?

WAP (Wireless Application Protocol) ist das Protokoll, das zur Übertragung der Internet-Seiten zum Handy verwendet wird. Dieses



Protokoll macht es WAP- fähigen Handys möglich, Internetinhalte auf das Handydisplay zu zaubern.

Das Wireless Application Protokoll (WAP) bietet einen ähnlichen Protokollstack, wie es auch das ISO/OSI Modell tut. Der WAP-Stack gliedert die Datenübertragung in verschiedene Schichten (Layer).

In jeder dieser Schichten kommen Anwendungen und Protokolle gleichermaßen zum Einsatz: Die Anwendungsschicht „Wireless Application Environment" (WAE), basiert als Anwendungsumgebung auf WWW und Telefonietechnologien und dient in erster Linie als Ausführungsumgebung von WAP-Anwendungen.

In der Session-Schicht sorgt das „Wireless Session Protocol" (WSP) für die Bereitstellung von zwei Diensten: Einen verbindungsorientierten Service, der oberhalb von Wireless Transaction Protocol (WTP) operiert und einen verbindungslosen Service, der als Datagramm-Service agiert.

In der Transaktionsschicht sorgt das „Wireless Transaction Protocol" (WTP) für die Ausführung von Transaktionen.

Die Sicherungsschicht „Wireless Transport Layer Security" (WTLS) dient der Sicherung der Datenintegrität, Privatsphäre und Authentifizierung und bietet Schutz vor Denial-of-Service Attacken.

Als Transportmechanismus ist das „Wireless Datagram Protocol" (WDP) für die Kommunikation zwischen dem „Bearer" (Schnittstellen zwischen WAP und physikalischen Netzen wie GSM- oder TCP/IP-Netzen) und den darüber liegenden Schichten zuständig.

Auf der Homepage des WAP-Forums (http://www.wapforum.org) finden Sie den aktuellen Stand der Standardisierung inklusive aller Dokumente im PDF-Format. Seit Mitte 2000 gilt die Version 1.2 und das WAP-Forum erwartet die Freigabe des Standards 2.0 noch im Sommer 2001. Die neue Version wird sich von WML deutlich absetzen und sich in Richtung XHTML (Extensible Hypertext Markup Language) und TCP (Transmission Control Protocol) bewegen. Trägerdienst bleibt in Europa bis auf weiteres GSM. Zur Secure-Übertragung dient WTLS, eine dem Secure Socket Layer ähnliche Technologie (Wireless Transport Layer Security. WAP ist nicht an einen bestimmten Mobilfunk-Standard gebunden. Es kann unter GSM und allen weiteren Standards genutzt werden.

Wie funktioniert WAP?

Im Web tauschen Web-Browser und Web-Server bei der Übermittlung von HTML-Dokumenten rein textbasierte Informationen aus. Bei WAP wird der Inhalt wie die tradi-

tionellen Web-Inhalte über einen Web-Server übertragen. Der Client greift jedoch nicht direkt auf diese Daten zu, sondern kommuniziert mit einem WAP-Gateway (auch WAP-Proxy benannt), das für die Kommunikation mit dem Webserver sorgt. WAP-Client und Gateway tauschen Binärinformationen.

Ein typischer Request des WAP-Handys wird vom Gateway in einen HTTP-Request konvertiert, der dann an den Server übermittelt wird. Im Gegenzug konvertiert das Gateway die Response des Webservers in das WAP-eigene Binärformat WBXML. Dieses verwendet unterschiedliche Kodiermechanismen. Der Konvertiervorgang muss die Markierungen und XML-Syntax in die korrespondierenden Binärdaten umwandeln, aber auch die Markierungen und natürlich die eigentlichen Inhalte.

Weil die Anzeigemöglichkeiten auf Handys sehr eingeschränkt sind, kann auf Grund der Größe und Qualität der Displays auf Mobiltelefonen nicht HTML verwendet werden. Deswegen wurde WML (Wireless Markup Language), eine neue Seitenbeschreibungssprache und die zugehörige Skriptsprache WML-Script entwickelt, die HTML sehr ähnlich ist.

WML-Script ist eine an Javascript angelehnte Skriptsprache. WML und WML-Script sind auf die niedrigen Bandbreiten von Mobilfunkverbindungen abgestimmt und berücksichtigen auch die begrenzten Speicherkapazitäten auf Seiten der Microbrowser von Handys.

WML arbeitet nicht seitenorientiert wie HTML, sondern zerlegt Dokumente in so genannte Cards und Decks. Cards sind einzelne WML-Einheiten für die Navigation. Sie dienen als Benutzerschnittstellen. Decks sind eine Zusammenfassung von Cards. In der Praxis ist ein Deck ein XML-Dokument, das auch WML-Scripts enthalten kann.

Natürlich gibt es auch Möglichkeiten, normale HTML-Seiten per Handy zu lesen. So genannte WAP-Gateways filtern Bilder aus den Internetseiten heraus und übersetzen HTML in WML, so dass die Seiten per Handy gelesen werden können.

Umgekehrt gibt es auch die Möglichkeit WML-Seiten mit einem PC zu lesen. Einen solchen WAP-Browser (für Windows 95/98/NT) können Sie sich als Freeware von http://www.winwap.org/winwap/download.html oder http://www.gelon.net herunterladen. Einen WAP-Emulator gibt es auch auf der W@P-World-von A1 (http://wap.A1.net).

Dazu noch ein netway-Tipp: Der Opera Web-Browser kann auch WAP- Seiten lesen. Sie können Opera direkt im netway Downloadarea (http://home.netway.at) herunterladen.

Ist WAP ein Renner oder ein Flop?

Der mobile Internet-Zugang via WAP entwickelt sich allmählich zu einem kommerziellen Flop. Erst rund 7% aller Österreicher haben ein WAP-fähiges Handy und nur 2% Prozent nutzen es tatsächlich (Quelle: Austrian Internet Monitor).Auch in Deutschland gibt es ein ähnliches Ergebnis. Dort hat „Trium Mobile Phone" eine Befragung nach den begehrtesten Handy-Funktionen durchgeführt, bei der WAP mit 3% deutlich abgeschlagen auf dem letzten Platz gelandet ist.

Marktbeobachter und Experten müssen daher eine schlechte Entwicklung der Nutzung

des WAP anerkennen. Zum Teil ist die Unbeliebtheit von WAP durch die niedrige Übertragungsgeschwindigkeit von 9,6 Kilobit pro Sekunde bedingt und weil die Bedienung der WAP-Handys kompliziert ist, hat der Benützer bei der praktischen Anwendung seine liebe Mühe mit dem WAP.

Das Resultat ist, dass viele Anwender wieder nur die klassischen GSM-Anwendungen verwenden. Wenn WAP aus dem gegenwärtigen Engpass herausgebracht werden soll, müssen vor allem lokale Dienste schnell und einfach abrufbar werden. Kenner der Branche vertreten zudem die Ansicht, dass das WAP erst dann Akzeptanz finden wird, wenn es leichter bedienbar und vor allem schneller geworden ist. Das könnte mit GPRS (General Packet Radio Service) schon bald der Fall sein. Allerdings wird WAP nach der Inbetriebnahme des UMTS (Universal Mobile Telecommunications System) von diesem allmählich verdrängt werden. Wichtig ist jedoch, dass Technologien wie WAP den Weg für GRPS und UMTS ebnen - auch das Internet wurde nicht an einem Tag erfunden.

GPRS - der Zwischenschritt zu 3G

Die WAP-Schwachstellen sollen durch die wesentlich höheren Datenraten in der GPRS-Technologie behoben werden. Allerdings gibt es derzeit weder ausreichend, GPRS-Handys noch genügend Inhalte.

GPRS (General Packet Radio Service) wird gerne auch als die zweieinhalbte Generation (2G+) bezeichnet und ist eine neue Technologie zur Datenübertragung über mobile Endgeräte. Mit GPRS erfolgt die Datenübertragung paketvermittelt. Durch den Paketmodus fällt das Problem des Verbindungsauf- und -abbaus weg, denn bei GPRS werden nur dann Daten übertragen, wenn das auch benötigt wird. Für den Anwender bedeutet das, ständig online zu sein, ohne eine Funkverbindung dauerhaft zu belegen und dafür bezahlen zu müssen. Die Bezahlung erfolgt nach der tatsächlich übertragenen Datenmenge. Die zur Verfügung stehende Übertragungskapazität wird bei GPRS von allen Teilnehmern in einer Funkzelle geteilt, d.h. ein Teilnehmer belegt die Funkstrecke nur, wenn wirklich Pakete übertragen werden. Mit GPRS können Daten bis zu einer Übertragungsrate von 115 Kilobit pro Sekunde übertragen werden.

GPRS verwendet dieselben Frequenzen wie GSM bei der Sprachübertragung. Das Frequenzband wird bei der Sprachübertragung in acht Bereiche unterteilt. GPRS kann diese Bereiche kombinieren. Dadurch hat jede mobile Station die Möglichkeit, so viel Bandbreite zu nutzen wie für die aktuelle Übertragung nötig ist. GPRS wird auf der Netzarchitektur von GSM realisiert, auf der ein reibungsloses Nebeneinander von durchschaltevermittelten Kanälen und paketvermittelten Kanälen im selben Netz möglich sein muss. Zu einem bestimmten Zeitpunkt kann ein Teil der Zeitschlitze von GSM-Diensten und ein anderer Teil von GPRS-Paketen benutzt werden.

Beim paketvermittelten GPRS wird zwischen verbindungsorientierten und verbindungslosen Diensten unterschieden. Bei den Letzteren wird in jedem Paket die vollständige Adresse des Empfängers und Absenders abgelegt und unabhängig von den anderen Paketen durch das Netz geschleust. Daher können Pakete zwischen zwei Kommunikationspartnern im Netz unterschiedliche Wege gehen und können sich sogar überholen. Bei verbindungsorientierten Diensten ist der Übertragungsweg für die Dauer der logischen Verbindung fest vorgegeben. Der Vorteil ist, dass die Reihenfolge der übertragenen Pakete gesichert ist.

Das GPRS-Protokoll unterstützt sowohl IP als auch X.25, wobei das Internet-Protokoll (IP) als Vermittlungsprotokoll fungiert. Bereits über Funk werden die Daten im IP-Format übertragen. Damit ermöglicht GPRS eine direkte netzseitige Verknüpfung des Mobilfunknetzes mit IP-basierten Festnetzen. Gegenüber bereits vorhandenen Software-Applikationen stellt sich GPRS dabei als IP-Verbindung dar. Der Vorteil für die Anwender: kein Anpassungsaufwand für ihre Applikationen, keine Veränderung bei der Bedienung.

GPRS unterstützt die Übertragung von Daten zwischen einem Sender und einem oder mehreren Empfängern. Dabei spielt es keine Rolle, wo sich die Kommunikationsteilnehmer befinden.

Sie können über eine Basisstation direkt an das GPRS-Netz angeschlossen sein, aber auch an externe Datennetze. Sender bzw. Empfänger kann ein GPRS-fähiges Mobiltelefon oder ein Datenendgerät sein. Das Datenendgerät ist entweder direkt an das GPRS-Netz oder an externe Datennetze angeschlossen, während mobile Geräte über die Basisstation unter Nutzung eines Funkkanals an das GPRS-Netz angeschlossen sind.

GPRS-Übertragungstechnik

Um die Paketvermittlung zu berücksichtigen sind Änderungen in der Netzarchitektur von GSM erforderlich. Die wichtigste Änderung ist die Einführung der GPRS Support Nodes (GSN), die die Paketvermittlung übernehmen und als Gateway zu den Paketnetzen dienen. Für die Erfüllung dieser Funktionen sind zwei Subsysteme vorgesehen.

Die Gatewayfunktion wird vom Gateway GPRS Support Node (GGSN) wahrgenommen, während der Serving GPRS Support Node (SGSN) für das Roaming zuständig ist. Durch die Zuordnung einer temporären, dynamischen Adresse zur Mobilstation wird es dem SGSN möglich, eine Identifizierung der Mobilstation vorzunehmen. Bezüglich des Datenflusses sind in der GPRS-Netzarchitektur zwei Wege zu unterscheiden. Die Nutzdaten nehmen den direkten Weg zwischen Base Station Controller und GSN. Die für die Signalisierung notwendigen Daten werden über das Mobile Switching Center übertragen.

Die zu übertragenden Daten werden mit Mobilfunk an die nächstgelegene Basis- Station gesendet. Von dort werden sie an den Serving GPRS Support Node(SGSN) geschickt. Der SGSN ist die Schaltzentrale für das Senden und Empfangen der Daten für die mobilen Endgeräte. Die Nutzdaten werden auf dem direkten Weg zwischen Base Station Controller und SGSN übertragen. Die zur Signalisierung notwendigen Daten nehmen den Umweg über das Mobile Switching Center.

Das SGSN ist über das GPRS-Tunnel-Protocol mit dem Gateway GPRS Support Node(GGSN) verbunden. Von hier aus ist das GPRS-Netz mit anderen GPRS-Netzen, dem Internet und anderen Datennetzen verbunden.

Das mobile GPRS-Endgerät setzt auf der Netzwerkschicht auf, das heißt auf TCP/IP oder X.25. Die IP- oder X.25-Pakete werden vom Sub-Network Dependent Convergence Protocol (SNDCP) direkt auf die Link Layer Control-Schicht (LLC) abgebildet. SNDCP kann von der Netzwerkschicht kommende Datagramme beziehungsweise Pakete in einzelne Segmente aufteilen, mehrere Datagramme der Netzwerkschicht multiplexen und über eine einzelne virtuelle Verbindung übertragen. Zusätzlich lassen sich die Daten bei Bedarf verschlüsseln oder komprimieren. Die LLC-Schicht ist für die Flusskontrolle und Fehlerkorrektur zuständig, das heißt, sie garantiert die zuverlässige Übertragung der Nutzdaten zwischen dem Mobilteilnehmer und dem SGSN. Da GPRS nur ein Trägermedium ist, selbst aber kein fertiges Produkt darstellt, muss GPRS erst mit den entsprechenden Anwendungen und Inhalten aufgeladen werden, um für Anwender einen Nutzen zu generieren.

Die Betreiber suchen noch nach einer Killer Applikation wie SMS. Doch die technischen Vorteile von GPRS liegen auf der Hand, denn künftig wird es für den Anwender keine Rolle mehr spielen, ob er sich über ein LAN, seinen ISP oder sein Mobiltelefon in das Internet einloggt.

UMTS ante Portas

Die eigentliche mobile Revolution steht noch bevor, wenn ab dem Jahr 2002 oder 2003 das UMTS (Universal Mobile Telecommunications System) eingeführt wird und damit GSM als bisher meistgenutztes Mobilfunksystem der Welt allmählich abgelöst werden soll.

Dazu ein Vergleich zwischen GSM/WAP und UMTS: Um eine MP3-Audio-Datei in annähernder CD-Qualität mit der Größe von 4 MB (das entspricht etwa 4 min Laufzeit) herunter zu laden, benötigt ein GSM-Mobiltelefon mit 9.6 kBit/s 55 min, ein UMTS-Mobilgerät mit 2 MBit/s nur 16 sek - also rund 200-mal so schnell wie GSM.

Diese hohe Übertragungsgeschwindigkeit erlaubt noch ganz andere Einsatz-Möglichkeiten. Dazu einige Bespiele:

- Internet-Zugriffe und alle damit verbundenen Möglichkeiten.
- Mobile Arbeitsplätze: Ein Außendienstmitarbeiter beim Kunden vor Ort hat eine Online-Verbindung zu allen vertriebsrelevanten Daten. Er kann z.B. die Lieferfähigkeit von Produkten abfragen und Bestellungen direkt eingeben.
- Ein UMTS-Handy ist ein Kleincomputer, der zugleich Kalender, Notizblock, Adressbuch, Diktiergerät und auch Kreditkarte für das M-Business ist.
- Aufnehmen und Versenden von digitalen Bildern, denn das Handy ist nebenbei auch Digital-Kamera.
- Bildtelefonieren, Videokonferenzen, Übertragung von Videos zur Überwachung.
- Mit einem GPS-Empfänger gekoppelt als Autonavigationssystem, das sich Daten (Routen und Verkehrsmeldungen) online beschafft.

Da erscheint es einem als selbstverständlich, dass die IT-Branche bei diesem Meilenstein der Mobilfunkgeschichte dabei sein will und sich auch von Milliardensummen bei der Lizenz-Auktion nicht zurückschrecken ließ. Die europäischen Netzbetreiber haben rund 1.650 Mrd, ATS für die UMTS-Lizenzen bezahlt und sich dafür hoch verschuldet. Dieselbe Summe müssen sie laut Schätzungen in den Aufbau der Netze investieren. Es wird schwierig werden, die hohen Investitionskosten wieder hereinzuholen, ohne von den Kunden hohe Preise zu verlangen.

Um die Investitionen in das neue Netz nicht ausufern zu lassen, wird man die maximale Datenrate auf 384 kBit/s beschränken. Weiters wird es Multiband-Handys geben müssen, die sowohl im UMTS-Netz als auch in GSM-Netzen arbeiten können. Durch solch einen dualen Betrieb von GSM und UMTS ist es den Mobilfunkanbietern möglich, ihre Netze langsam aufzubauen und den Kunden bereits UMTS-Geräte von Beginn an zur Verfügung zu stellen, auch wenn das Netz noch nicht flächendeckend ausgebaut ist.

Doch was an Möglichkeiten und in welchem Umfang genutzt werden wird, ist auch eine Preisfrage, denn UMTS-Telefonieren wird teuer werden. Wegen der, zumindest anfangs hohen Kosten wird das zur Zweiklassen-Gesellschaft führen: Die nur telefonierenden (plus ein wenig SMS und WAP) GSM-Handy-Besitzer und die UMTS-Yuppies, die (bzw. deren Firmen) sich UMTS leisten können.

In Österreich hat die Mobilkom den UMTS-Start für Mitte 2002 angekündigt. Auch max.mobil und One wollen im nächsten Jahr starten. tele.ring will erst Anfang 2003 beginnen. Ob diese Termine gehalten werden können steht allerdings noch in den Sternen. ❑

IP, das Internet-Protokoll, macht den Netzbetreiber zum mobilen ISP und in weiterer Folge zur ersten Anlaufstelle für sämtliche mobilen Dienste.

Stefanie Witta

Massimo Migliuolo, Vice President, Worldwide Mobile & EMEA Cable Operations bei Cisco

Netzbetreiber im Wandel

„Vor zwei Jahren hat noch kein Mobilnetzbetreiber an IP gedacht und heute können sie nicht genug davon haben", ereifert sich Massimo Migliuolo, Vice President, Worldwide Mobile & EMEA Cable Operations bei Cisco. Bei den Service Providern stellt er ein grundlegendes Umdenken fest, das eine Reihe von neuen Anforderungen und Herausforderungen hervorbrachte. Vielerorts übertraf der Datenverkehr mittlerweile den Sprechverkehr und die Provider überlegen, wie sie selbst aus dieser Vielfalt an neuen Geschäftschancen, die sich ihnen neuerdings bieten, Nutzen ziehen könnten.

Von vitaler Bedeutung in diesem Zusammenhang ist für Migliuolo der zunehmende Bedarf an Mobilität und der ständige („instant") Zugriff auf das Internet, der immer und überall erfolgt. Konzernweit gilt bei Cisco die Vision vom künftigen, mobilen Marktplatz als Welt ohne technische Barrieren, in der die Kunden auf Content, Applikationen und wertsteigernde Dienstleistungen von jedem beliebigen Ort über jedes beliebige Netz und mit jedem beliebigem Gerät zugreifen können. Größte Bedeutung kommt hierbei der Konvergenz von drahtlosen und Internetdienstleistungen zu, die einen grundlegenden Paradigmenwandel bei den mobilen Service Providern hervorruft. In einer Welt, in der sich die Dienstleistungen einzelner Anbieter kaum unterscheiden und über mehrere, mit einander verbundene Distributionskanäle breitbandig verteilt werden, läßt sich das neue Modell am besten als ein Netz beschreiben, in dem der Wert in viele verschiedene Richtungen strebt und auf dem Weg vom Diensteanbieter bis zum Endanwender mehrere Lieferpunkte durchläuft. „Die Mobilnetzbetreiber sollten diese neuen Gelegenheiten nutzen", mahnt der Cisco-Manager. Das Internet-Geschäftsmodell befördere den Mobilnetzbetreiber in der Wertschöpfungskette automatisch vom Basissprechverkehr-Anbieter zum Lieferanten von gezielten, multimedialen Dienstleistungen. Das mobile Internet eröffne dem Mobilnetzbetreiber eine einzigartige Gelegenheit zur Steigerung seiner Wettbewerbskraft und damit höheren Umsätzen und Erträgen.

Die Mobilnetzbetreiber sollten in die richtigen Partnerschaften investieren, so der Cisco-Experte, um den Bau einer flexiblen IP-basierten Infrastruktur und die Entwicklung der zugkräftigsten Applikationen zu gewährleisten und damit Gewinne zu erzielen und Kunden zu gewinnen.

So werden die Mobilnetzbetreiber imstande sein, den Mobilitätsaspekt ihrer laufenden Dienste zu nutzen während sie selbst den Wandel vom sprachzentrierten Service Provider zum Mobilen ISP (Internet Service Provider) und ASP (Application Service Provider) und schließlich zum Content Provider durchmachen. Mit seiner „Offenheit" wird das Internet Protokoll, IP, eine Umgebung schaffen, in der mobile Konvergenzlösungen zu Enterprise VPNs (Virtiual Private Networkl) für Sprache, Video und Daten über V.10/WAP Zugriffslösungen, Universalkommunikationslösungen und Web-fähigen Call Centers, Customer Relationship Management (CRM) bis hin zu Web Hosting Architekturen auf dem Markt mit Internet-Geschwindigkeit eingeführt werden können.

Die künftige Durchdringung des Internet Protokolls IP läßt sich in den vielfältigen heute schon bestehenden Lösungen erkennen. Während die Anwender unter dem Eindruck des „big Hype" mit UMTS und 4th Generation mobile communication noch in ungeduldiger Erwartung verharren, bereiten drahtlose Hochgeschwindigkeitslösungen im LAN die Marktakzeptanz vor. Die drahtlosen Netze (wireless LANs) kommen in ihrem Funktionsumfang am nächsten an UMTS heran, sind mitunter sogar erheblich schneller.

Schon heute bietet Cisco mit dem „Internet Mobile Office" Geschäftsreisenden und Außendienstmitarbeitern von öffentlichen Einrichtungen aus einen sicheren Hochgeschwindigkeitszugriff auf Unternehmensnetze. Die Grundlage des Internet Mobile Office bieten verkabelte und drahtlose Produkte und Technologien wie End-to-end-Securita-Lösungen, die auf VPN-Technologien basieren.

Branchenkenner erwarten, daß der Mobilfunkmarkt nicht von der Entwicklung neuer Endgeräte, sondern vom Bedarf der Nutzer an schnellen Verbindungen bestimmt wird. Dieser Bedarf führt zu einer weiteren Verbreitung von Internet-Zugängen in öffentlichen Einrichtungen. Die Geschäftsreisenden sind auf ausreichende Sicherheit, Geschwindigkeit und eine einfache Handhabung der Zugänge angewiesen. „Kürzeste Zeit zum Markt bringt Wettbewerbsvorteile, für diesen Vorsprung ist man bereit zu bezahlen", ist der global arbeitende m-commerce Fachmann sicher. ❑

http://www.cisco.com

Intelligente Anwendungen wie die Schadensmeldung von unterwegs werden die Versicherungsbranche revolutionieren.

Uwe G. Seebacher

Vor Ort Identität stiften

Immer mehr Versicherungen entdecken die neuen Möglichkeiten, die sich mit mobilen, internetfähigen Endgeräten auftun. Die Schadensmeldung unmittelbar nach dem Unfall per WAP-Handy ist die Spitze des Eisbergs, der nun aus dem Fluten auftaucht. Denn neue Übertragungsprotokolle wie GRPS und UMTS und neue Geräte werden sowohl den Dienst am Kunden wie den Außendienst revolutionieren.

„Uns ging es darum, im World Wide Web nicht nur unser Leistungspotential gegenüber den Kunden darzustellen, sondern ihm echten Zusatznutzen zu bieten", betont Dieter Breuer, Projektleiter Internetauftritt bei der VHV Hannover, Spezialversicherer der Bauwirtschaft sowie einer der großen deutschen Auto- und Haftpflichtversicherer. „Nichts lag da näher, als diesen Service auch auf das WAP-Handy auszudehnen." Dienste, die nach dem Wireless Application Protocol abgewickelt werden, laufen bei der VHV seit Oktober letzten Jahres. Das Highlight: die Schadensmeldung von unterwegs. Doch weil sich die Geräte noch nicht quasi selbst identifizieren, was aufgrund der Handynummer kein Problem wäre, muss der Benutzer bei der VHV freilich noch seine Versicherungsnummer kennen. „Die Authentifikation ist zwar der technisch logische nächste Schritt, doch zunächst wollen wir die Akzeptanz der WAP-Lösung testen", meint Breuer.

Dabei darf man den Blick nicht zu eng auf WAP fokussieren, denn eine Anwendung, die heute im WAP-Handy funktioniert, läuft morgen unter dem Standard General Paket Radio Service (GPRS) und übermorgen unter dem universalen mobilen Telekommunikations-Standard (UMTS). Entscheidend sind zwei wesentliche Vorteile, die alle mobilen Geräte gegenüber dem „normalen" Internet haben: Sie sind personifizier- und lokalisierbar. Das gilt schon jetzt bei Handys - und umso mehr bei künftigen leistungsfähigeren Geräten. Dabei ist laut einer Prognose der Düsseldorfer BBDO Consul-

Mobile Zukunft bei Versicherungen

Die Anzahl der Handy-Anschlüsse in Deutschland hat sich im vergangenen Jahr verdoppelt. Damit gibt es in Deutschland bereits mehr Mobiltelefon- als Festnetzanschlüsse. Mit Short Message System (SMS) und WAP stehen Online-Services, vergleichbar mit Internet-Angeboten, mobil zur Verfügung. Die Vision: Überall und zu jedem Zeitpunkt die Information zu bekommen oder die Transaktion durchzuführen, die adhoc gewünscht wird oder notwendig ist. Das „Just-in-time"-Prinzip ist nicht mehr auf den Büroschreibtisch reduziert. Erstmalig existiert damit die Chance, interaktive Services zu entwickeln, für die das Endgerät eine annähernd vollständige Marktdurchdringung aufweist. Adressaten für Versicherungen sind dabei zum einen die Kunden direkt und zum anderen ihr Außendienst und die zahlreichen am Markt operierenden Makler. Für den Einsatz eines WAP-Handys in der Außendienstunterstützung von Versicherungsunternehmen gibt es schon jetzt keine konkurrenzfähige Alternative. Eine große Heerschar von Außendienstlern muss zum Beispiel über geänderte Tarife möglichst zeitnah informiert beziehungsweise bei Produkteinführungen schnell mit den neuen Tarifen vertraut gemacht werden. Auch im Service der Versicherungen gegenüber dem Endkunden kann der mobile Commerce helfen, etwa im Direktvertrieb bei Versicherungsprodukten mit kurzen Lebenszyklen wie Kfz-Versicherungen oder für Auslandsunfallabsicherung, die man noch schnell von unterwegs abschließen könnte. Eine mobile, benutzergeführte schnelle Schadensabwicklung über Handy wird sicher auch dazu beitragen, die Zufriedenheit der Kunden mit ihrer Versicherung zu erhöhen.

ting zu erwarten, dass sich die UMTS-Technologie bei entsprechender Preis- und Distributionspolitik der Anbieter ähnlich breitenwirksam durchsetzt wie das Handy. Aufgrund der höheren Bandbreite sind damit die Optionen gerade für Versicherungen nahezu beliebig nach oben skalierbar. Der BBDO Consulting-Studie zufolge sind denn auch mehr als 50 Prozent der befragten Unternehmen die Bedeutung von UMTS bewusst. Allerdings sind die betreffenden Firmen meist mangelhaft auf einen Einstieg in die neue Technologie vorbereitet. Doch gerade das Angebot von Mehrwertdiensten ist eine Voraussetzung für die Akzeptanz von UMTS.

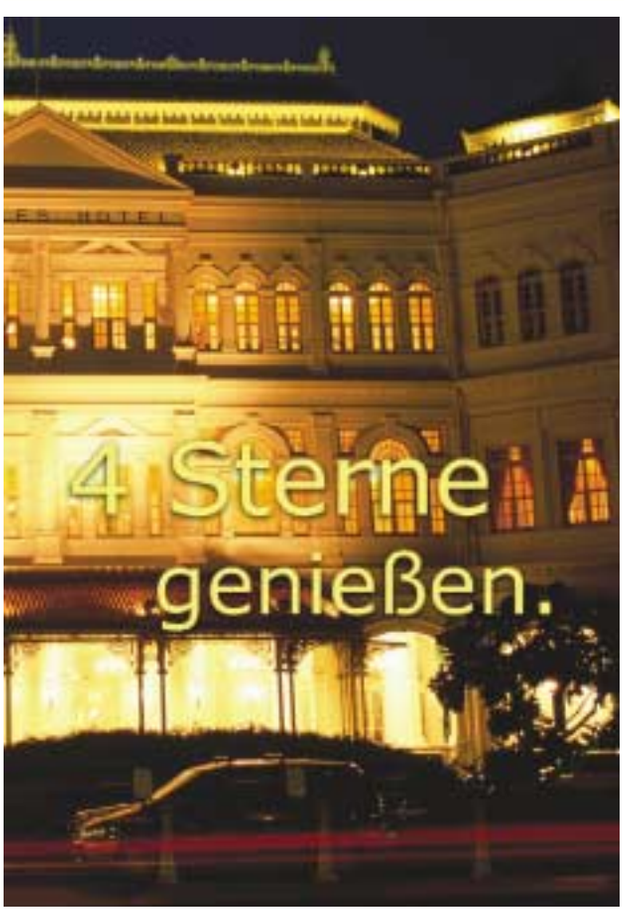
Wichtig beim Einsatz mobiler Endgeräte ist letztlich die Anbindung an die Back-End-Systeme. Das verschafft dem Außendienst ebenso Vorteile wie den rund 100.000 am Markt operierenden Versicherungsmaklern sowie natürlich den Kunden - das zeigt die Anwendung der Schadensmeldung von unterwegs. Unter wap.asuro.de können Besitzer eines WAP-fähigen Endgeräts zum Beispiel einen Versicherungsvergleich per Handy durchführen. Als erster Handy-Hersteller hat Siemens Communication Devices die Unterstützung dieses neuen Services zugesagt: Die Siemens WAP-Handys, darunter die High-End-Produkte S35i, C35i und M35i, haben über das WAP-Portal von Siemens direkten Zugang zum Versicherungsvergleich. „Im Mittelpunkt der Site stehen dabei zunächst Krankenversicherungen“, erklärt Peter Hatz, Vorstand Marketing bei der Münchener Asuro AG. In der Datenbank sind rund 6.000 Tarifkombinationen von rund 35 Versicherungen integriert. Nach Eingabe von Alter und Geschlecht erstellt Asuro.de eine Liste der zehn günstigsten Versicherungen. Daraufhin kann der User einen Mitarbeiter von Asuro per Mail kontaktieren. Der Service wird laut Hatz ausgebaut. So sollen in der nächsten Stufe registrierte User die Möglichkeit haben, sich per Handy in ihr persönliches Versicherungsportfolio einzuloggen, um dort beispielsweise Informationen über bereits abgeschlossene Versicherungen abzurufen.

„Innovative Produkte brauchen oft auch innovative Vertriebswege. Mit unseren technisch ausgereiften Mobiltelefonen bieten wir unseren Kunden die Möglichkeit, schnell und bequem auf WAP-Dienstleistungen zuzugreifen,“ betont Hatz. Wer das Internet als neuen Vertriebsweg ausgemacht hat, wird schnell die mobilen Endgeräte im Blick haben. „Die neuen Medien werden in den nächsten Jahren noch mehr Bedeutung erlangen. In der Donau Versicherung Wien testen wir das Internet als Vertriebsweg für den Abschluss von Versicherungen“, berichtet Vorstandsdirektor Hans Raumauf. Seit einem Jahr schon bietet die „Donau“ Handy-Benutzern einen WAP-Service: Im Display gibt es zunächst den Tipp der Woche, Hinweise auf das Produktangebot und Kontaktadressen. Auch die Allianz zeigt sich technologisch auf dem neuesten Stand: Beim großen deutschen Versicherer kann bereits über das Handy auf die Inhalte des Internetangebots zugegriffen werden. ❑

Dr. Uwe G. Seebacher ist Country Manager Österreich von Perot Systems

Perot Systems
Tel . 516 33 -3842
http://www.perotsystems.com

① **Jetzt einsteigen: www.points24.com** ② Einfach anmelden – kostenlos und unverbindlich ③ Startprämie sofort abholen – 50 % Ermäßigung auf einen 4-Stern-Kurzurlaub für 2 Personen ④ Bei uns und unseren Partnern points sammeln ⑤ points gegen wertvolle Prämien, z. B. einen 4-Stern-Kurzurlaub, eintauschen



Was realistischer Weise M-Commerce in naher Zukunft bedeuten wird, erläutert Chris Horak, Software AG, Vice Präsident und General Manager Mobile Commerce, im MONITOR-Gespräch.

Stefanie Witta

M-Commerce optimiert den Zeitverzug bis zum Eintreffen im Büro

Wie sehen Sie die Zukunft des M-Commerce? Werden die Leute wirklich in Mitteleuropa mit dem Handy in der Hand auf der Straße spazieren und zum Beispiel ihr Banking online mobil erledigen oder online einkaufen?
Ich glaube, die Erwartungen sind derzeit viel zu hoch geschraubt. Das mobile Gerät wird ein Bestandteil einer Anwendung sein, aber nicht d e r Bestandteil. Ich würde sagen, etwa so wie man heute das Telefon - Festnetz und mobil - auch einsetzt. Das mobile Gerät ist hier eine Option. Sagen wir, jeder, die eine Rechnung ausstellt, wird seinem Kunden ermöglichen, über das Telefon den Status abzufragen oder bestimmte Anweisungen zu geben, weil es eben in bestimmten Lebenssituationen wichtig und notwendig ist. Ich denke, jede Firma, die Rechnungen ausstellt wird versuchen, weitere Dienstleistungen anzubieten, mehr zu verkaufen.

Besteht da nicht die Gefahr, dass der mobile Kunde mit Information förmlich zugeschüttet wird?
Ich glaube, das Informationsangebot wird dann in einer Art Portal zusammengefasst und der Kunde kann selbst entscheiden, was er sehen will und was nicht. Im Moment wird man wahrscheinlich noch mit Hunderten SMS zugemüllt.

Derzeit ist Abschalten oder eine Geheimnummer der sicherste Schutz davor.
Aber wenn man nur einen Einwahlknoten bei einem Partner hat und wählen kann, ob man diese oder jene Information doch haben möchte, dann bezieht man Information nach seinen eigenen Kriterien, vielleicht einmal mal Handy, vielleicht auch noch als Fax oder E-Mail. Da sehe ich die Zukunft von XML. Es wird persönliche Server geben, wo jeder seine erwünschte Informationen auswählen kann.

Wenn der Kunde aber nun selbst aus dem Vollen schöpfen und nicht auf ein künstlich ermitteltes Profil mit voreingestellter Auswahl angewiesen sein möchte?
Ich denke, es wird in fünf oder sechs Jahren Voraussetzung sein, dass diese Telefone in einer Agentur mit eingebunden werden.

Meinen Sie, dass sich damit UMTS finanzieren wird lassen?
Da habe ich Bedenken, ob sich das jemals finanzieren wird. Ich glaube, wenn man die neuen Anwendungen näher betrachtet, sieht man, dass es sich im professionellen Bereich um die Versorgung von mobilen Mitarbeitern mit Informationen handelt, von Flugzeugwartungsdiensten, Militär, Polizei, Dienstleister, die draußen sind und Meldungen oder Anweisungen rasch übertragen müssen. Denken Sie an einen Reparaturdienst am Flughafen: der Mitarbeiter meldet eine kaputte Glühbirne, erhält die Anweisung sie auszutauschen und bekommt auch gleich eine Skizze zugesendet, wo er die Glühlampe findet. Ich glaube, es wird eine Partnerschaft geben zwischen den Telekomgesellschaften und den Unternehmen, die diese Anwendungen fahren.

Das ist im Businessbereich. Und wie wird der Consumerbereich aussehen?
Da kann ich mir etwas Ähnliches vorstellen wie jetzt in Japan mit Imode. Aber nur dann, wenn das Geschäftsmodell der Provider tatsächlich verändert wird und man nur bedarfsabhängig bezahlt.

Trotzdem glaube ich nicht, dass Europäer im Gehen am Handy Tamagotchies füttern oder Bankgeschäfte erledigen werden wie in Japan.
Ich kann mir sehr gut einen Dienst vorstellen, der wie eine Sekretärin funktioniert und mir - etwa in der Warteschlange zum Flugzeug - die Titel der eingelangten E-Mails vorliest und auf Befehl vorsortiert wie ein Filter. Ich glaube, die Entwicklung wird sie zuerst in den professionellen Segmenten etablieren - etwa in der Logistik wie bei unserer Anwendung für Daimler-Chrysler. Da geht es darum, in Echtzeit am Handy den Standort der Lastwägen und den Ladezustand zu ermitteln. Das ist eine Anwendung mit preisgünstigen Standardgeräten, die Kosten senkt.

In England wird gerade eine Wartungsanwendung entwickelt, wo Arbeiter die Straße abfahren und kontrollieren, ob etwas beschädigt ist. Der LKW, der hinterherfährt, hat dann schon das gebrauchte Material mit und kann die Schäden mit seiner Mannschaft sofort reparieren. Ich brauche aber, um diese Anwendung zu nutzen, ein Stück Integrationstechnologie. Und hier ist die Software AG positioniert. XML ist eine Art Übersetzer, der zwischen Firmenanwendungen sitzt und die beiden Reparaturmannschaften verbindet.

Eine andere WAP-Anwendung wäre der Paketzustelldienst, wo der Empfänger per SMS von der Paketankunft unterrichtet wird und auswählt, ob er sein Paket im Postzentrum selbst abholt oder zu einer bestimmten Zeit an einen bestimmten Ort zugestellt wünscht.

Das macht Sinn. Aber die Vision von mobilen Videos und privaten Multimedia-Nachrichten per UMTS scheinen wenig überzeugend.
Ich glaube, UMTs wird eher auf Firmen und drahtlose Telefonie in Unternehmen fokussieren, wo im Haus mit dem Handy über DECT telefoniert wird und unterwegs mit UMTS oder GSM. Wir sehen den Bereich M-Commerce als einen Markt, wo es darum

geht, den Menschen mit einzubeziehen in eine Anwendung. Die Mobilität der Geräte ist einfach Bestandteil unseres Geschäftes, Lösungen zu schaffen.

Die Software AG kommt ursprünglich aus dem Mainframebereich, wo sie mit ihrer Datenbank und der Bankensoftware sehr erfolgreich ist. Seit einiger Zeit engagiert sie sich aber sehr stark im Internetbereich.

Es gibt uns ja schon seit 30 Jahren. Aber seit 1996 arbeitet ein komplett neues Management unter Dr. Königs. Er hat bei seinem Amtsantritt eine echte Zukunftsorientierung des Unternehmens vermisst. Es gab zwar 5.000 Bestandskunden und gute Geschäfte mit der Wartung, aber für die Zukunft waren drei Maßnahmen notwendig: eine neue Produktstrategie, die sich auf das künftige Wachstum - damals Internet - konzentrierte; die Firma musste an die Börse geführt werden; für indirekte Absatzkanäle durch Partner musste gesorgt werden.

Wir haben uns dann sehr konsequent an Marktstandards orientiert. Im Bereich der Middleware wurde eine Partnerschaft mit Microsoft geschlossen und deren Technologie dann auf verschiedenste Systeme portiert. 1998 wurden neue Entwicklungswerkzeuge - das JAVA-basierte Bolero - gebaut und dann kam die Datenbank dran. Auch sie sollte auf Marktstandards aufsetzen und so entstand XML, eine Weiterentwicklung von HTML.

Haben Sie XML heute als Kern im Haus in ihre Produkte eingebaut?

Ja, XML bedeutet für uns nicht nur Erweiterungsadaptoren, sondern es ist intern native in unsere Datenbankprodukte implementiert. Für die Komplexität der Datenstrukturen haben wir dann den Server Tamino entwickelt. So wurden also unsere Produkte in allen drei Bereichen neu aufgesetzt. Nach dem Börsengang verstärkte sich die Orientierung zur Partnerschaft. Dabei haben wir gesehen, dass sich XML sehr schnell entwickelt hat. Nun konnten wir also die gesamte Produktpalette auf XML setzen, das sowohl von Microsoft als auch IBM und von so gut wie allen Herstellern unterstützt wird.

Meines Wissens übersetzen weltweit viele Webseiten-Betreiber bereits ihre Sites in XML. In Schweden sind die Behörden sogar gehalten, ihre Webdokumente in XML zu publizieren.

Ich glaube, die Schweden haben uns da einiges voraus. Sie wissen, dass sie nur auf dem globalen Markt bestehen können, wenn sie High-tech fahren. In Schweden hat ja jeder 6. einen Internetanschluss, Internet-Banking ist dort die Regel. Auch die Schweiz und Österreich zählen zu den Ländern, wo sehr vieles sehr schnell implementiert wird. Ich denke da an unser mobiles WAP Projekt MobileFact, das für die Niederösterreichische Volkshilfe entwickelt wurde. Es handelt sich um eine Anwendung, die es ermöglicht, Dienstleistungen mobil zu erfassen und via WAP automatisch in Abrechnungssysteme zu übertragen. Es ist geplant, nach demselben Muster mobile XML-Anwendungen auch in anderen Bereiche zu implementieren.

Danke für das Gespräch.

Neue Verbraucherstudie: Massenmarkt reif für M-Commerce

Mobile Commerce findet bei Handy-Benutzern große Zustimmung. Das zeigt eine neue Studie, die kürzlich von Nokia präsentiert wurde.

Die Untersuchung ergab, dass gegenwärtig wesentlich mehr Menschen bereit wären, ihr Mobiltelefon für M-Commerce zu verwenden als via E-Commerce Einkäufe über das Internet zu tätigen. Die Studie bestätigt damit, dass Funknetzbetreiber in der Zukunft mit Profitzuwächsen aus dem M-Commerce rechnen können.

Die von MORI, dem größten unabhängigen Marktforschungsinstitut Großbritanniens, durchgeführte Studie zeigt, dass momentan etwa acht Mal so viele Menschen an M-Commerce als an E-Commerce interessiert sind. Die Studie machte ferner deutlich, dass annähernd 90% aller, die sich für Dienstleistungen des M-Commerce interessieren, auch bereit wären, für diesen Komfort mehr zu bezahlen.

MORI befragte im Zeitraum Oktober 2000 bis Januar 2001 über 11.000 Personen in Großbritannien, Südkorea, Italien, den USA, Brasilien und Finnland. Nokia gab diese Studie in Auftrag, um die Sichtweise der Endverbraucher in Bezug auf M-Commerce zu erkunden. Ziel war es insbesondere einen Einblick in die Einstellung der Konsumenten zu geplanten M-Commerce-Diensten und -Anwendungen zu gewinnen sowie Ängste und Widerstände der User gegen eine Nutzung von M-Commerce zu ergründen.

Die Studie hat ergeben, dass Handy-Benutzer M-Commerce als eine Ergänzung zu anderen weitläufigen Handelskanälen wie dem Internet sehen. Sie ziehen eher „lokale" Überweisungen vor, wobei M-Commerce eine einzigartige Möglichkeit zur elektronischen Transaktion bietet. Die Wahl der Zahlungsmethode hängt von der Größe der Transaktion und den Abrechnungsbedingungen ab. In der Verwendung ihres Handys als Bezahlungsmittel sehen die Verbraucher einen echten Wert und Vorteil.

Ein weiterer Aspekt, den die Studie zu Tage brachte, zeigt auf, dass Komfort und Kontrolle eine Schlüsselrolle in der Akzeptanz von M-Commerce spielen werden. Die Befragten betrachten M-Commerce als eine Möglichkeit, das Mitführen von Bargeld oder das Stehen in einer Warteschlange zu vermeiden sowie als Hilfe, um eine bessere Kontrolle über Ausgaben zu erlangen und flexibel Einkäufe tätigen zu können.

Die Untersuchung zeigte weiters auf, dass die anfängliche Verwendung von M-Commerce in derselben Größenordnung liegen dürfte wie die heutige Nutzung von E-Commerce. Ferner gaben 24% bis 54% der Befragten an, dass sie bereit wären Transaktionen von mehr als 25 US-Dollar über ein Mobiltelefon durchzuführen.

Die Marktforschung für Nokia Networks wird vom WCDMA (Wideband Code Division Multiple Access) 3G Research Centre bereitgestellt. Das Research Centre bietet professionelle weltweite Marktuntersuchungen und -analysen. Seine Aufgabe ist es, Nokia Networks und ihren internationalen Kunden Einblicke in Marktentwicklungen zu gewähren. Zu den Projekten des Research Centre zählen umfassende Analysen zur Nutzung und zum Verhalten gegenüber 3G-Themen wie mobiles Internet, M-Commerce, Unterhaltung, M-Marketing, Tarifsysteme sowie Unternehmensdienstleistungen und -anwendungen. http://www.nokia.at

Der Nokia 9210 Communicator vereint Anwendungen wie Mobiltelefon, Fax, SMS, WAP, Internet und E-Mail mit HSCSD Highspeed-Datenübertragung und ist ein perfektes Kommunikations-Tool für professionelle Anwender.

Da in zellularen Mobilfunknetzen der aktuelle Aufenthaltsort des Teilnehmers (bzw. die Funkzelle, in der sich ein aktives Endgerät befindet, Zellularfunk) bekannt ist und der Eigentümer des Endgerätes durch die SIM (Subscriber Identity Modul)-Karte in seinem Endgerät eindeutig identifiziert werden kann, ist es mit Hilfe der WAP-Technik beispielsweise auch möglich, automatisch lokale, auf den aktuellen Aufenthaltsort bezogene Informationsangebote wie Wetterprognosen, Verkehrs- oder Veranstaltungshinweise zum Endgerät zu übertragen oder Zahlungs- bzw. „Mobile Banking"-Funktionen zu realisieren.

Ilse u. Rudolf Wolf

M-Commerce via WAP und SMS

Wer solche lokalisierten und personalisierten Dienste nützen will, muss natürlich auch bereit sein, Informationen über seine Person und seinen aktuellen Standort bekannt zu geben und hinterlässt damit deutliche Spuren. Und wenn dann per Handy bezahlt wird, ergibt das ein klares Nutzer-Profil. Daher sind für solche WAP-Anwendungen klare Datenschutzregelungen unerlässlich.

Die österreichischen Netzbetreiber liefern ihren Kunden die entsprechenden Service-Leistungen und die Hersteller von Mobiltelefonen überbieten sich ebenfalls im Bereitstellen der unterschiedlichsten Service-Plattformen. Drei der vier heimischen Netzbetreiber bieten bereits so genannte M-Commerce-Lösungen an, bei denen man mit dem Mobiltelefon einkaufen und zahlen kann. Hier ist eine Auswahl:

netway-Kunden können ihre E-Mails auch per WAP-Handy abrufen und versenden. Sie können die Mails über das Handy abrufen, indem sie die Adresse „wap.netway.at" anwählen und danach den Menüpunkt „meine E-Mails" wählen. Dann muss nur noch der Benutzername und das Kennwort eingegeben werden, so wie beim Mail-Client am Computer.

Der WAP-Mailer ist zentrales Element des mobilen Online-Angebotes von netway. Darüber hinaus bietet das WAP-Portal eine Zusammenstellung attraktiver WAP-Links (http://wap.netway.at/index.wml). Achtung: der Link funktioniert nur auf einem WAP-Handy, mit dem Opera Web-Broser oder auf einem PC mit einem WAP-Simulator.

Mit Nextra ins WAP-Web: Die Creditanstalt präsentiert mit dem „Filialfinder" (WML) und dem „Club Suxess Bonus-Guide" (WML) eine einfach zu bedienende Applikation. Entwickelt wurde das interaktive Suchsystem von der E-Business Abteilung des österreichischen Business Service Providers Nextra.

Wer mit einer WAP Applikation online gehen möchte, benötigt neben dem Entwicklungs-Know-how auch speziellen WAP-Speicherplatz. Das Hosting-Paket von Nextra für den Internetauftritt im Web, die Web Suite, wird daher schon bald um ein WAP Paket erweiterbar sein. Die Nextra WAP Suite wird speziellen virtuellen Speicherplatz unter der Adresse wap.meine-firma.at enthalten.

Über A1 wird das ÖBB-eTicket angeboten. Per SMS oder WAP kann ein Zugticket bestellt werden, das als Zahlencode retour kommt. Diesen zeigt man (am Handy-Display) anstatt der klassischen Fahrkarte dem Schaffner. Das ÖBB-eTicket funktioniert nicht auf Kurzstrecken.

Auch „6 aus 45" kann per WAP-Handy gespielt werden. Man gibt im WAP-Menü von max.mobil seine Zahlen ein oder wählt einen Quicktipp. Maximal zwölf Tipps für zehn Runden können abgegeben werden. Mobile Lottospieler benötigen eine banko.max-Anmeldung.

A1 bietet das Clin-eTicket an. Per SMS oder WAP können bis zu 4 Karten reserviert und bezahlt werden, maximal Tickets um 2000 S pro Monat. Allerdings werden pro Bestellung 15 S Bearbeitungsgebühr verrechnet. Auch One bietet dieses Service demnächst an und wird das Angebot sogar um Events erweitern.

Von Last-Minute-Reisen bis zu Restplätzen, per SMS oder WAP kann man bei A1-Easy Travel seinen Urlaub buchen und erhält 5% Rabatt auf Flugreisen und 7% Rabatt auf Pauschalreisen. Auch One startet demnächst mit einem Travel-Service.

Österreichische Geldinstitute, wie z.B. Bank Austria, Bawag, Erste Bank, P.S.K. und Raiffeisen, bieten mobiles Banking über WAP und Kontoabfragen über SMS an. Eine Zusammenfassung finden Sie im Beitrag WAP-Banking.

Auch WAP-Shopping gibt es schon: Bei max.mobil kann man seit November 2000 im WAP-Menü einkaufen. Dafür müssen sich die Kunden bei banko.max anmelden die Abrechnung erfolgt über Kreditkarte oder Bankkonto.

Leider - und das muss man eingestehen - mangelt es bis dato am Erfolg auf Grund der bekannten Nachteile von WAP (langsame Datenübertragung, zu kleines Display bei den Handys, umständliche Bedienung). Die Akzeptanz bei den Usern ist deshalb sehr gering. ❑

Das Handy als Geldbörse

Die paybox austria AG (http://www.paybox.at) ist ein Finanzdienstleistungsunternehmen, das die sichere und schnelle Durchführung von Zahlungen für österreichische Privatkunden mit jedem beliebigen Mobiltelefon möglich macht.

Die Zahlungsabwicklung erfolgt per Lastschrifteinzug von jedem beliebigen österreichischen Konto und Verrechnung mit dem jeweiligen Händlerkonto.

Voraussetzungen für die paybox Nutzung sind lediglich ein eigenes Mobiltelefon und ein ganz gewöhnliches Girokonto. Zusätzliche Soft- oder Hardware, wie bei vielen Pilotprojekten zum Bezahlen mit Handy, sind nicht erforderlich. Hinter diesem Verfahren steht eine Voice-over-IP-Lösung von KPNQwest. Mit Lösung kann Paybox die Zuverlässigkeit wichtiger Services sicherstellen. Die paybox.net AG hat europaweit eine Reihe von strategischen Kooperationen mit namhaften Unternehmen geschlossen. Dazu zählen unter anderem Lufthansa Systems (Rechenzentrum, Datensicherheit), Oracle (Software) und Compaq (Hardware). Strategischer Partner ist die Deutsche Bank.

Bis zum Jahresende sollen die Österreicher bei 150 Online-Shops und 1.000 mobilen Händlern mit paybox bezahlen können. Derzeit bestehen bereits Verträge mit über 50 Akzeptanzstellen und mit mehr als 10 Multiplikatoren, die paybox als Zahlungslösung anbieten bzw. unterstützen. So funktioniert das Bezahlen mit paybox:

- Der Kunde wählt im E-Shop die Zahlungsoption „paybox" oder gibt dem mobilen Dienstleister (Taxifahrer, Pizzaboten) seine Mobilfunknummer bekannt.
- Die Akzeptanzstelle initiiert den Zahlungsvorgang, indem sie die paybox Nummer des Kunden (Handynummer oder frei wählbare Alias-Nummer) und den zu zahlenden Betrag an paybox übermittelt.
- paybox ruft den Kunden auf seinem Handy zurück. Dieser bestätigt die Zahlung durch Eingabe der vierstelligen paybox PIN auf seinem Handy. In maximal 30 Sekunden ist der gesamte Zahlungsvorgang abgeschlossen. Per Lastschrift wird das Geld vom Konto des Kunden eingezogen. Dem Kunden entstehen dabei keine zusätzlichen Kosten.

Bezahlen mit paybox per Handy ist eine einfache Alternative im mobilen Zahlungsverkehr. Der Zahlungsvorgang dauert nur wenige Sekunden, die Transaktion ist zudem äußerst sicher, da keine sensiblen Daten wie Kreditkartennummer oder Bankkonto übertragen werden. paybox wird daher neuerdings auch vom Österreichischen E-Commerce-Gütezeichen empfohlen. http://www.paybox.at

LINKS

Fireball WAP-Guide	http://guides.fireball.de/wap/
Grafik- und WML-Konverter	http://pwot.co.uk/wml/
Handy.at	http://www.handy.at/index.php
max.mobil.	http://www.maxmobil.at/
Mitsubishi/Trium	http://www.trium-gsm.com/
Mobilkom Austria	http://www.mobilkom.at/
MOTOROLA - Austria	http://www.motorola.at/flash/homens.htm
Nextra	http://www.nextra.at/
Nokia Österreich	http://www.nokia.at/
Nokia	http://www.nokia.at/german/phones/wap.html
ÖBB - WAP-Fahrplan	http://www.oebb.at/special/wap.html
ONE:WAP - LINKS	http://www.i-one.at/waphtm/waplinks.shtml
ONE	http://www.one.at/index2flash.shtml
paybox austria AG - Zahlungsdienst per Handy	http://www.paybox.at/
Sagem	http://www.sagem.com/en/
Siemens	http://www.siemens.at/telecom/handys/index.html
tele.ring	http://gprs.telering.at/
theWAP.at - das WAP-Portal	http://www.thewap.at/
W@PWorld	http://wap.a1.net/
WAP-Portal der Mobilkom	http://www.a1wap.at/
WAP Forum	http://www.wapforum.org/
WAP-Sites für Fussballfreunde	http://www.wapgoal.com/
WAP-Fast Suchmaschine	http://wap.fast.no/html/
WAP-Linksammlung	http://www.wap-link.de/
WAPux - der WAP-Pinguin von Linux	http://wap.lugo.ch/

Worauf legen Sie Wert?

Innovative Ideen?
Kompetente Beratung?
Langjährige Erfahrung?
Zuverlässige Partner?

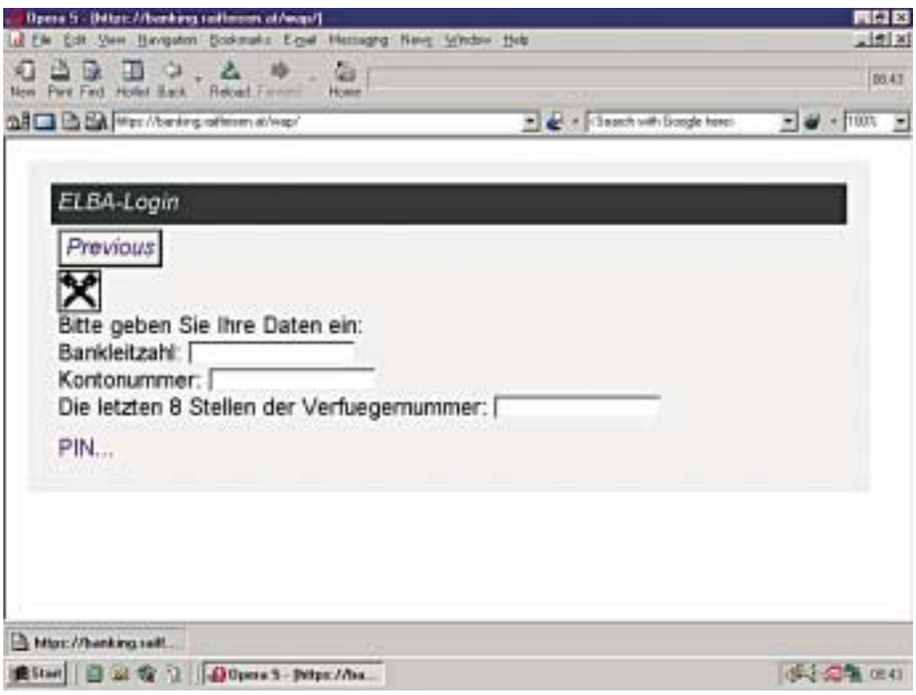
schoeller network control

Schoeller Network Control ist die erste Adresse in Österreich, um Ursachen für Probleme in Netzwerken oder Sicherheitslücken aufzudecken und zu beseitigen.

Schoeller Network Control
A-1101 Wien, Beichlgasse 8
Tel: 01/689 29 29 -0, Fax: 200
www.schoeller.at/snc
snc@schoeller.at

Österreichische Geldinstitute, wie zum Beispiel Bank Austria, Bawag, Erste Bank, P.S.K. und Raiffeisen, gehen mit der Zeit und bieten mobiles Banking über WAP und Kontoabfragen über SMS an.

Ilse u. Rudolf Wolf



Mobiles Banking via WAP und SMS

Bank Austria

WAP-Banking funktioniert über die WAP-Portale der Netzbetreiber Mobilkom (A1), max.mobil, tele.ring und ONE. Was Sie brauchen: Ein WAP-Handy und eine Online Banking Widmung.

Was Sie mit WAP-Banking erledigen können: Den Kontostand von Girokonto, Bank Austria PlusCard und BillaCard überprüfen, die letzten Umsätze einsehen, die aktuellen VISA-Umsätze checken, den Gesamtkurswert Ihres Wertpapierdepots ersehen, die einzelnen Bestände Ihres Wertpapierdepots ansehen, Inlandsüberweisungen aufgeben, Wertpapiere ordern, Emissionen zeichnen, Orderstatusinfos einholen und PIN ändern.

Mit Ihrem GSM-Handy und dem SMS-Service der Bank Austria sind Sie, unabhängig davon, wo Sie sich gerade befinden, über Ihr Konto auf dem Laufenden. Was Sie abfragen können: Den Kontostand von Girokonto und PlusCard, die letzten drei Umsätze, die aktuellen VISA-Umsätze, den Einkaufsrahmen Ihres VISA-Kontos, den Gesamtkurswert Ihres Wertpapierdepots und den Status Ihrer Wertpapierorders. Und so funktioniert's: Senden Sie einfach eine SMS-Nachricht an die Bank Austria.

BAWAG

Das BAWAG und easybank WAP-Banking (über A1 oder max.mobil) offeriert denselben Leistungsumfang wie das institutseigene Internet Banking. Via WAP-fähigem Handy können dabei der Kontostand abgefragt sowie Überweisungen vorgenommen werden. Der BAWAG und easybank Direct Broker für WAP-Handys hält zusätzlich Information über die Kurse ausgewählter Wertpapiere und über den aktuellen Gesamtwert des Wertpapierdepots bereit. Konkrete Kaufs- bzw. Verkaufsorders werden problemlos von unterwegs erteilt. Die Kombination von PIN- und TAN-Codes sowie die bankübliche Verschlüsselung Gewähr leisten höchste Sicherheitsstandards. Wenn Sie noch kein „WAP-Handy" besitzen, können Sie mit Ihrem GSM-Handy am BAWAG Handy-Banking teilnehmen und sich Ihren Kontostand mit Ihrem Handy abrufen.

Erste Bank

Mit dem Kooperationspartner ONE hat die Erste Bank nicht nur einen Anbieter für den mobilen Zugang: ONE richtet auf seinem Portal die Plattform für das mobileBanking ein und wird so zur Informationsdrehscheibe für den Kunden. Neben dem mobileBanking steht den Kunden der Ersten auch myONE zur Verfügung ein WAP- basierter Kommunikationsmanager. Businesskunden können mit myONE Terminverwaltung, Adressbuch, E-Mail und To Do- Liste vom Handy aus synchronisiert werden: Wap, SMS und das Internet werden miteinander verbunden.

P.S.K.

Sofa-Banking per WAP: Kontostandabfrage, Inlandsüberweisung, Abfrage aktueller Wertpapierdepotstände, Abfrage von Aktien- und Fondskursen. Sofa-Banking per SMS: Aktueller Kontostand, Inlandsüberweisung, aktuelle Gut- und Lastumsätze seit dem letzten Kontoauszug.

ELBA-mobil von Raiffeisen

Die Raiffeisen Handybanking-Lösung, wird aus den WAP-Portalen der Mobilnetzbetreiber max.mobil, A1, tele.ring und ONE aufgerufen. Die Adresse von ELBA-mobile lautet „https://banking.raiffeisen.at/wap/".

Funktionsumfang: Kontenübersicht aller für ELBA-mobil freigeschalteten Konten, Anzeige Kontostand und verfügbarer Betrag, Liste der Umsätze der letzten 30 Tage, Umsatzdetails zu jedem Umsatz. Der Funktionsumfang von ELBA-mobil wird in mehreren Schritten erweitert. Ein umfangreiches Wertpapierservice ist geplant. ❑

globalcore startet durch - mit einem Angebot für KMUs: Wir sprachen mit CEO Alexander Wiesmüller über bestehende und geplante Angebote und über die Entwicklung seiner Unternehmensgruppe „globalcore“.

Adolf Hochhaltinger

Die „Diskont-Standleitung“

Wer beziehungsweise was ist globalcore?
globalcore erstellt Produkte und Dienstleistungen, die es Unternehmen der New Economy erleichtern soll, schnell auf dem Markt aktiv zu werden. Ein „Unternehmen für Unternehmen“ also - und nicht zuletzt auch für unsere eigenen Unternehmen, zumindest vorerst.

So wollen wir einzelne Produkte beziehungsweise Leistungen möglichst mehrfach zu nützen. Da kann beispielsweise ein Systemtechniker bei globalcore angestellt sein, und alle anderen Firmen („business units“) nutzen seine Fähigkeiten bei Bedarf ebenfalls. Diese Business Units sind in die globalcore integriert. Da gibt es einerseits das Unternehmen acs (advanced computer solutions), das in der Netzwerkbranche tätig ist, dann die Firma ess (eurosecure sicherheitstechnik), die Sicherheitstechnik anbietet und die oca (office center albertgasse), sie macht Office-Dienstleistungen und soll in Zukunft auch ein „virtuelles Office“ bereitstellen.

Was hat ein anderes Unternehmen davon?
Davon noch nichts, globalcore selbst tritt nicht direkt auf dem Markt auf. Es ist vielmehr als Infrastruktur für unsere eigenen Unternehmungen gedacht. Erst die weiteren genannten Firmen bieten konkrete Dienstleistungen an.

So bietet die acs Dienstleistungen im Bereich der Netzwerkstruktur an, von der Verkabelung bis zur Sicherheit im Netzwerk. Die eurosecure bietet angefangen vom digitalen Zutritts-Kontrollsystem bis zur biometrischen Gesichtserkennung alles, was zum Bereich Sicherheit gehört, sowie ein integriertes Sicherheitssystem, das ein ganzes Unternehmen umfasst.

Und erst kürzlich sind wir mit einem Produkt namens ibc herausgekommen, das steht für „Internet Business Connection“. Dabei bieten wir Kunden um nur 6.000,- Schilling monatlich eine Internet-Bandbreite von bis zu 100 Mbit/s an. Dabei ist eine Bandbreite von 2 Mbit/s garantiert, und falls gerade „Platz“ auf den Leitungen ist, dann sind eben auch höhere Bandbreiten nutzbar.

Wie ist der geplante Ablauf?
Das Ganze geschieht in drei Schritten: Als erstes wird eine solche Hochgeschwindigkeits-Anbindung von uns zum Kunden installiert.

Der nächste Schritt betrifft die Sicherheit. Da besteht ja hierzulande ein Problem: insbesondere kleinere und mittlere österreichische Firmen können sich ja einen wirklich qualifizierten eigenen Sicherheits-Experten (und vor allem den Aufwand für seine ständige Weiterbildung) meist nicht leisten. Deshalb ist es hier zielführender, sich von vornherein einen vertrauenswürdigen, qualifizierten und leistungsfähigen Partner zu suchen und mit diesem zusammenzuarbeiten.

Wir bieten Virtual Private Networks an, dazu Firewall-Services und MailWall Services zum Scannen der E-Mails auf Viren - sie werden übrigens bei uns gehostet.

Ein anderes interessantes Produkt der uca ist das „virtual office“. Das ist eine Kombination all dieser Dienstleistungen, so bekommt jeder Kunde hier eine Postadresse, wir scannen die Post ein und versenden sie weiter. Dazu hat er eine Telefonnummer, die sich mit seinem Firmennamen meldet, mit einem Wort: er ist hier präsent.

Dies kann für viele Unternehmen, die gerade dabei sind, den österreichischen Markt zu erobern, eine sehr interessante Möglichkeit sein. Sie ersparen sich dadurch eine eigene Österreich-Repräsentanz und all den damit verbundenen Aufwendungen z.B. für die entsprechenden Räumlichkeiten, für das Personal und anderes mehr.

Wie wird die Zukunft nun aussehen?
Erst einmal Daten-Hosting; welche Anwendungen dann noch kommen werden, da sind wir gerade in der Evaluierungsphase.

Was soll nun die Kunden hierher bringen?
Vorerst einmal die günstige und schnelle Anbindung mit 2 Mbit/s - er erspart sich dadurch einfach Geld. Vergleichbare Anbindungen bei einem durchschnittlichen Provider kostet ihn heute etwa 30.000,- Schilling im Monat, das ist ein Unterschied von 24.000,- Schilling monatlich.

Später, ab dem 4. Quartal 01, kommen dann noch all jene Dienste und Services dazu, von denen wir schon gesprochen haben.

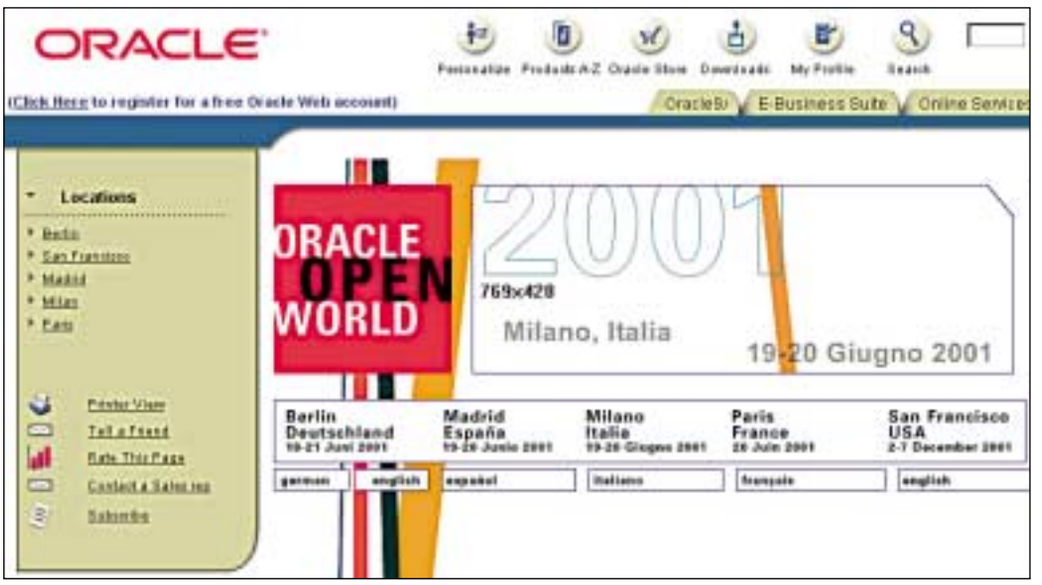
Wie viele Kunden gibt es schon?
Wir akquirieren jetzt erst seit zwei Wochen und haben inzwischen zehn unterschriebene Verträge. Hinzu kommt eine ganze Reihe von Anfragen, zu einem großen Teil kommen die von Banken, Versicherungen usw. Insgesamt möchten wir heuer bis zum Jahresende noch eintausend IBCs (Internet Business Connections) verkaufen.

Was wird die dritte Ausbaustufe?
Die wird dann das Thema ASP beinhalten. Wir werden damit im vierten Quartal dieses Jahres beginnen, wenn die Phase der Akquisition abgeschlossen ist. Hierzu zählen auch die „managed applications“. Andere Anwendungen liegen im Voice-Bereich, im Video-Bereich und im klassischen Application Hosting.

Herzlichen Dank für das Gespräch!

GlobalCore AG
Tel. 01/92 999-100
E-Mail: office@acs.globalcore.net
http://www.globalcore.net

Der erfolgsverwöhnte Larry Ellison ist zuletzt ein wenig in Bedrängnis geraten. Die Zeiten schier ungebremsten Wachstums, in denen alle Welt dachte, es gebe keine Alternative zu den Datenbanken seines Unternehmens Oracle, sind vorbei. Jetzt versucht der Datenbankhersteller aus Kalifornien mit neuer Cluster-Datenbank-Software und einem neuen Lizenzmodell wieder an Marktanteilen zu gewinnen.



Christofer Radic

Viel Lärm um Oracle9i

Auf der diesjährigen Oracle Open World vom 18. bis 21. Juni in Berlin hat das Softwareunternehmen aus den USA den Startschuss für die neue verteilte Datenbank-Software Oracle9i gegeben. Die neue Version soll vor allem den Aufbau komplexer Web-Applikationen zu deutlich geringeren Kosten ermöglichen. Aber auch sein Lizenzmodell hat Oracle überarbeitet, was zu deutlichen Preissenkungen führen soll.

Neue Datenbank-Version

Die neue Datenbank-Software kommt mit über 400 neuen Features sowie einer neuartigen Clustering-Technologie namens Real Application Clusters (RAC). Damit will sich das Unternehmen vor allem gegen die Konkurrenten IBM und Microsoft abgrenzen. Es verspricht damit quasi unbegrenzte Skalierbarkeit und totale Verfügbarkeit, ohne die Notwendigkeit einer Rekonfiguration von Datenbank oder Applikationen.

Auf einem einzelnen Compaq-Server soll Oracle9i die nach TPC-C Benchmark schnellste Datenbank sein und auf einem AlphaServer-GS320-System mit Tru64 UNIX 230.533 tpmC (Transaktionen pro Minute) erreichen. Der weltweit zweigrößte Softwarehersteller hat seine Oracle9i-Datenbank zuvor in einem Beta-Test mit mehr als 450 Kunden getestet. Zudem wurde die Software bereits mehr als 15.000-mal über das Oracle Developer Network heruntergeladen.

Die 9i Technologie

Die Produktreihe Oracle9i besteht aus einem aktualisierten Datenbank- und einem neuen Applikationsserver sowie einer überarbeiteten Entwickler-Suite. Der 9i-Datenbankserver soll sich deutlich einfacher administrieren lassen als der Vorgänger und für Internetbasierende Anwendungen bei Application Service Providern (ASP) optimiert sein. Für diesen Anwendungsfall und für die Entwicklung drahtloser Anwendungen enthält auch die Developer Suite neue Werkzeuge.

Die durchgreifendsten Neuerungen bringt der Oracle9i Application Server: Er ist nach Angaben des Herstellers besonders für den Einsatz auf Server-Clustern geeignet und soll dort beinahe linear skalieren. Eine dramatische Performance-Steigerung verspricht sich Oracle vom Einsatz neuer Caching-Techniken, die nicht nur statische, sondern auch dynamische Webseiten zwischenspeichern und in sehr kurzer Zeit an den Anwender liefern.

Preisoffensive gegen IBM und Microsoft

Die Lizenzkosten für seine Software hat das kalifornische Unternehmen deutlich gesenkt, offenbar um der wachsenden Konkurrenz von IBM und Microsoft entgegenzutreten. Je nach Anwendungsfall können die Kosten für die Oracle-Software bis zu 50 Prozent niedriger liegen als zuvor. Beim neuen Preissystem werden die Kunden pro Prozessor mit 40.000 US-Dollar für die Unternehmensversion zur Kasse gebeten. Die bisherige Preispolitik bei Oracle war bei einigen Kunden nicht gut angekommen: Beim so genannten power unit pricing berechnen sich die Kosten einer Lizenz in Abhängigkeit von der Prozessorleistung des Servers, auf dem die Oracle-Datenbank eingesetzt wird. Für einen 1-Gigahertz schnellen Server seien früher 100.000 US-Dollar je Lizenz für langsamere Rechner 50.000 US-Dollar oder weniger fällig gewesen, sagte Oracle-Chef Larry Ellison. Für das Upgraden seiner Hardware musste der Kunde auf diese Weise Strafe zahlen. Auch in Österreich werden sich mit der neuen Version die Preise ändern, so Martina Keippel, Marketing Managerin bei Oracle. Derzeit liegen jedoch noch keine genauen Informationen dazu vor.

Das Unternehmen gleicht mit diesem Schritt sein Preismodell dem der Konkurrenz an. Laut Ellison kostet die IBM-Datenbank nach der Preissenkung seines Unternehmens 65 Prozent mehr als das Oracle-Produkt. IBM rechnete dagegen vor, dass die eigene Software für die Kunden lediglich mit 22.500

US-Dollar zu Buche schlage. Auch Microsoft strich heraus, dass Oracle die weitaus teurere Lösung bleibe. Die Preisoffensive richtet sich zu aller erst gegen den Hauptkonkurrenten IBM, dessen Marktanteil sich nach Informationen des Marktforschungsinstituts Gartner Group Ende 2000 auf 30,8 Prozent belief.

Oracle hatte mit 33,8 Prozent die Nase vorn, Microsoft lag mit 14,9 Prozent auf Platz drei.Die Preissenkung ist für Oracle mit Risiken behaftet, da rund 70 Prozent der Einnahmen des Unternehmens aus dem Datenbank-Geschäft stammen. Angesichts der Flaute auf dem Technologiesektor kämpft auch Oracle mit Absatzschwierigkeiten. Einige Analysten befürchten, dass die Preissenkung die Einnahmeseite des Unternehmens weiter belastet. Der Oracle-Chef ist dagegen zuversichtlich, dass niedrigere Preise zu höheren Verkaufszahlen und in der Folge zu steigenden Erlösen führt.

Die Wünsche der Kunden

Der unabhängige Analyst Philip Russom sagte jedoch der Nachrichtenagentur Reuters, dass der Preis bei der Anschaffung der Datenbank-Software eine untergeordnete Rolle spiele. Entscheidend seien vielmehr Technologie und Anwendungsmöglichkeiten der Programme. Manchmal sei ein kleines Detail, dass ein Kunde unbedingt haben wolle, entscheidend für den Kauf der Datenbank.

Der Softwarekonzern hatte bei der Vorstellung von 9i hervorgehoben, dass die Datenbank auf mehreren kombinierten kleineren Rechnersystemen installiert werden könne. Dadurch könnten die Kunden erhebliche Kosten bei der Hardware einsparen.

Der Kampf um die Spitze

Die Ankündigung von Oracle9i kommt zu einer Zeit, in der auch Datenbankanbieter einen Rückgang der Umsätze verzeichnen. Zudem drängen die Oracle-Konkurrenten Microsoft und IBM verstärkt auf diesen Markt. IBM hatte kürzlich den Datenbank-Spezialisten Informix aufgekauft und Microsoft will in den kommenden Wochen die neue Version des SQL-Servers vorstellen. Angeblich verringert sich mit der neuen SQL-Server-Version der technische Abstand zur Oracle-Datenbank.

Zudem habe Microsoft-Chef Steve Ballmer alle Entwicklungsabteilungen seines Hauses aufgerufen, bei neuen Produktentwicklungen gezielt auf Kompatibilität mit der MS-Datenbank hinzuarbeiten. Vielleicht erfolgte die Vorstellung von Oracle9i daher etwas übereilt - bei Oracle Österreich gibt es noch keine präzisen Informationen darüber, wann das neue Produkt für alle Betriebssysteme verfügbar sein wird. Beim Oracle Customer Care rechnet man damit, dass es noch bis zu acht Wochen dauern wird.

Durststrecke bis 2002

Die Softwarebranche stehe vor einer scharfen Konsolidierung und spezialisierte Anbieter würden als Einzel-Player kaum überleben können, sagte Ellison auf der Pressekonferenz seines Unternehmens auf der Oracle Open World in Berlin.

„Wir haben eine derart deutliche Wirtschaftsabkühlung; es ist - insbesondere für meine Industrie - beinahe so, als seien wir für lange Zeit in einer Rezession gewesen", fügte Ellison hinzu und stellte die rhetorische Frage, wann die Softwarebranche wieder zu einem normalen Wachstum aufschließen könne. „Nicht vor Ende des Jahres oder Ende des 1. Quartals 2002", beeilte er sich selbst zu antworten. Allerdings sei Oracle sehr gut positioniert und werde im Falle der wirtschaftlichen Erholung wieder gute Umsätze machen. ❑

„Bezahlt wird nur, was verspeist wurde."

Oracle-Chef Larry Ellison über das neue Oracle9i und den Kampf gegen SAP.

Ihr neuestes Produkt ist ein integriertes Software-Paket, eine bequeme Gesamtlösung für die Kunden: Wer 9i kauft, bekommt sowohl die begehrte Datenbanksoftware als auch über 70 weitere Oracle-Internet-Programme. Bezahlt wird nur, was benutzt wird, und die Computer der Kunden sollen zur bedienerfreundlichen Nutzung auf die Oracle-Software eingestellt werden. Kopieren Sie da nicht eine alte Idee von SAP?

Aber ja! Diese Gesamtpakete, so genannte Suites, haben SAP groß gemacht. Und heute sind die Walldorfer nicht mehr fähig, sie zu machen.

SAP wurde damals harsch kritisiert, bis die Firma das Paket wieder in Einzelprodukte auflöste. Vielleicht sind die Ihnen einen Schritt voraus?

Heutzutage verlangen die Kunden Bequemlichkeit. Die große Auswahl macht sie doch nur verrückt. Jeder hatte bislang einen anderen komplizierten Mix, unsere Software aber läuft mit den nötigen einmaligen Einstellungen. Das war, als würde ein Gast in ein Restaurant gehen und der Koch fragte ihn: „Wie viel Pfeffer soll ich ins Essen tun? Wie viel Gramm Knoblauch? Bei welcher Temperatur soll ich die Kartoffeln garen?" Da würde ich sagen: „Vielen Dank, ich will einfach nur Kalbsschnitzel - Sie sind schließlich der Chefkoch!"

Und Sie tischen Leuten, die einen Salat wollen, ein Fünf-Gänge-Menü auf.

Keiner wird zum Essen gezwungen, und bezahlt wird nur, was verspeist wurde.

Sie stellen alles auf den Tisch und hoffen auf die Willensschwäche der Kunden, die zum Dessert, das im Lokal gegenüber viel besser ist, nicht extra das Restaurant wechseln wollen. Ist das nicht ein Rezept aus der Giftküche? Die Kopplung von Betriebssystem und Browser brachte Ihren Erzfeind vor Gericht.

Sie meinen Microsoft. Dass wir wie Gates mehr von unseren Produkten verkaufen wollen, indem wir sie so eng wie möglich miteinander verzahnen? Da kann ich nur sagen: schuldig im Sinne der Anklage. Leider aber haben wir, anders als Microsoft, mit knapp 35 Prozent Marktanteil kein Monopol. Dabei wäre gegen ein schönes Monopol nichts einzuwenden, solange es legal entstanden ist. Microsoft aber hat versucht, mit dem Windows-Betriebssystem-Monopol auch ein Browser-Monopol zu erlangen.

Sie kämpfen Ihre Geschäftsduelle sogar im Privatleben weiter, etwa bei Segelregatten gegen den SAP-Chef Hasso Plattner. Legendär ist die Geschichte, als Ihre Mannschaft Plattners in Seenot geratenes Schiff im Stich gelassen hat und der SAP-Mann vor Wut Ihrer Crew den nackten Hintern zeigte.

Wir hätten diese peinliche Episode nie erwähnt. Plattner hat angefangen, diese Geschichte überall herumzuerzählen. Aber ich sage Ihnen eines: Meine Seeleute haben sich zu Tode erschreckt. Bevor Hasso seine Hosen das nächste Mal runterlässt, sollte er ein Fitness-Center besuchen.

Sie können die Bubenspiele nicht lassen. Leben Sie noch nach dem Dschingis-Khan-Motto: „Es genügt nicht zu gewinnen, alle anderen müssen verlieren"?

Ich habe diesen Spruch in den achtziger Jahren in Japan aufgeschnappt, und er hat mich beeindruckt. Aber es war nie meine Geschäftsphilosophie und wird es nie sein. Ich behaupte nicht, dass wir mit brüderlicher Liebe für unsere Mitbewerber erfüllt wären, aber wir haben weder SAP noch IBM, noch sonst wen ausgelöscht.

Herr Ellison, ich danke Ihnen für dieses Gespräch.

Das Gespräch führte Christofer Radic.

Speziell den mittelständischen Bereich fokussiert Ordat mit seinen Softwarelösungen. MONITOR nutzte die Gelegenheit zu einem Gespräch mit Markus Schäfer, dem Vertriebsleiter von Ordat.

Adolf Hochhaltinger

Marktnische Logistik

Seit wann gibt es das Unternehmen?
Ordat wurde 1970 als Rechenzentrum gegründet, Zielgruppe sind die mittelständischen Betriebe ab etwa 50 bis ca. 2.000 Mitarbeitern. Das Unternehmen hat sechs Standorte, Hauptsitz ist Gießen in der Nähe von Frankfurt, und ist seit Mitte der achtziger Jahre auch in Österreich präsent und neben Wien, auch in München, Puebla (Mexiko), Györ (Ungarn) sowie in Dresden und Chemnitz.

Logistik ist Ihre spezielle Marktnische?
Primär die Logistik, in diesem Bereich sind wir sehr stark. Dazu gehört aber auch Supply Chain Management, vernetzte Beziehungen, E-Procurement usw. All das ist ebenfalls Teil unserer Lösung.

Da das gesamte System heute aus ca. 7.500 Einzelprogrammen besteht, findet sich in der Regel fast immer ein Modul mit der gewünschten Funktionalität, für viele Geschäftsprozesse stehen mehrere Module zur Wahl, die z.B. in verschiedenem Ausmaß automatisiert sind und aus denen die für diesen Kunden ideale Variante gewählt wird. Es muss also äußerst selten „nach Maß" programmiert werden - aber die Möglichkeit dazu ist gegeben.

Wie sieht es mit dem Mitbewerb aus?
Da gibt es einerseits die „großen" Anbieter wie SAP und Baan und andererseits eine Reihe kleinerer, flexibler Unternehmen wie eben Ordat, die insbesondere den Mittelstand betreuen. Gerade die Großen sind ja vorwiegend auf die großen Konzerne eingestellt und weniger auf den Mittelstand.

Zudem betreuen sie den Markt vielfach nur indirekt, über Partnerfirmen. Wir dagegen sind von Anfang an hier positioniert und haben unsere Lösungen von Anfang an für genau diesen Kundenkreis und seine Ansprüche entwickelt. Und wir betreuen den Kunden direkt.

Was ist mit dem Thema Internet?
Natürlich ist die Entwicklung der Internet-Technologie auch an Ordat nicht spurlos vorbeigegangen. Wir haben vor rund eineinhalb Jahren eine neue Komponente „e-Business-Lösung" konzipiert. Sie wurde für den Anspruch entwickelt, Lieferanten und Kunden optimal in den Informationsfluss einzubinden.

Generell gibt es nicht „*die*" e-Business-Lösung, die für jedes Unternehmen passt. Unsere Erfahrung im e-Business-Umfeld hat uns bestätigt: wir müssen für jedes Unternehmen eine individuelle e-Business Strategie entwickeln.

Auf welcher Hardware läuft Ihre Lösung?
Wir verfolgen eine Multi-Plattform-Strategie, wir sind sehr offen und unterstützen derzeit sieben verschiedene Plattformen, darunter UNIX, Linux, Windows NT / 2000 / XP und die AS/400.

Obwohl Sie die gesamte Bandbreite von Lösungen anbieten, ist der Bereich „Logistik" doch noch immer Ihr ganz spezielles „Heimrevier"?
Einerseits kommen wir ja von dort, und andererseits gibt es gerade in diesem Bereich - verglichen beispielsweise mit Finanzbuchhaltung oder Kostenrechnung - sehr wenige fixe Regeln. Zudem muss ich in der Logistik die optimale Termintreue gegenüber den Kunden gewährleisten, ich muss einen optimalen Lagerbestand fahren, und eine optimale Auslastung aller Maschinen- und Personalressourcen erreichen.

Für welche Branchen ist FOSS geeignet?
Ein Beispiel ist die Prozessindustrie, hier laufen stetige Prozesse ab, es wird etwas zusammengemischt, -gerührt, oder -gekocht. Konkrete Beispiele dafür sind Kunststoff-Spritzgießer oder die Farben- und Lackindustrie, hier zählt die Firma Adler-Lacke in Schwaz (Tirol) zu unseren Kunden.

Gießereien sind ein kleines, aber sehr anspruchsvolles und somit interessantes Segment, weil sie eine Kombination aus stetigen und konkreten Fertigungsprozessen beinhalten. Dies abzubilden, ist ebenfalls eine Stärke unseres ERP-Systems „FOSS".

Im Bereich der Getränkehersteller sind wir

ebenfalls recht präsent, ebenso in der Elektronikindustrie, z.B. in der Halbleiterfertigung, im Schalterbau, im Apparatebau.

Ein wesentlicher Bereich ist natürlich die Automobilindustrie. Sie ist logistisch sehr anspruchsvoll, auch bei jenen Unternehmen, die hier zuliefern. Hier laufen alle Informationen per EDI (Electronic Data Interchange) elektronisch von einem Unternehmen zum anderen.

Wer sind nun konkret Ihre Kunden?

Beispielsweise Sachsen Zweirad, der zweitgrößte Fahrradproduzent Europas, erzeugt dreieinhalb Millionen Fahrrädern jährlich. Für dieses Unternehmen konnten wir eine Shop-Lösung realisieren, die für Händler und Handelsvertreter etabliert wurde.

Auch die Holsten-Brauerei gehört seit ca. 15 Jahren zu unseren Kunden, wir steuern die gesamte Logistik ihrer Brauereien an 16 Standorten.

Eine Anwendung von „FOSS" läuft im Audi-Werk in Györ (Ungarn). Dort wird sechs Tage in der Woche in drei Schichten gearbeitet, es werden am Tag 5.000 Motoren gefertigt. Wir steuern mit „FOSS" die komplette Produktion bis zur Endprüfung im Motorenprüffeld und dirigieren zudem über 700 Zulieferer, die alle ihre Informationen

über standardisierte Software-Schnittstellen erhalten.

Wie lange gibt es die Software?

Die Software „FOSS", mit der wir heute etwa 90 % unseres Umsatzes erzielen, wird seit 1980 kontinuierlich weiterentwickelt. Dabei war das System von Anfang an für mehrsprachigen Einsatz ausgelegt, zur Zeit stehen zehn Systemsprachen zur Verfügung. Es können auch in einer Installation mehrere Sprachen verwendet werden, Audi Ungarn mit Deutsch und Ungarisch ist ein Beispiel dafür.

Aus diesem Grund haben wir 1993 eine Benutzergruppe gegründet, in der inzwischen über 60 % unserer Kunden vertreten sind. Sie helfen uns durch ihr Feedback und durch ihre Erfahrungen bei der praktischen Anwendung, mit unseren Entwicklungen noch besser auf die konkreten Anforderungen der Praxis einzugehen. Auch konkrete Lösungen für spezielle Probleme werden hier vermittelt beziehungsweise weiter empfohlen. Es gibt auch eine Homepage (www.obg-online.de), auf der ebenfalls lebhaft diskutiert und kommuniziert wird.

ORDAT Büro Wien
Tel. 01/599 99-105
http://www.ordat.at
http://www.obg-online.de

B2B-Portal für Klein- und Mittelbetriebe

theSource ist ein paneuropäisches Projekt, das von Compaq in Kooperation mit Concert, einem Joint Venture von British Telecom und AT&T, im September 2000 in Großbritannien gestartet wurde und mittlerweile auch in Finnland, den Niederlanden, Deutschland und ab sofort auch Österreich online ist.

Ziel dieses von Compaq betriebenen Business-Portals ist es, vor allem kleineren und mittleren Unternehmen eine ausgesuchte Palette an Services anzubieten, mit der sie ihre tägliche Arbeit erleichtern, bessere Möglichkeiten zur Kosteneinsparung finden und generell ihr Unternehmenswachstum fördern können.

Im Hintergrund garantiert Compaq die durchgehende Qualität aller Angebote und sorgt dafür, dass auch technisch alles läuft - auf www.compaq.at/thesource.

Kleinere und mittlere Unternehmen haben meist nicht die Möglichkeit alle Funktionen eines Unternehmens organisatorisch abzubilden. Aufgabenbereiche wie Vertrieb, Marketing, Einkauf, oder Personalentwicklung werden daher oft von wenigen Personen wahrgenommen.

theSource bietet sich hier mit dem Bereich „Service Angebote" als virtuelle Unternehmenserweiterung an, die Unterstützung in

vielen dieser Bereiche bieten kann und dem Klein- und Mittelunternehmen (KMU) die Möglichkeit bietet, sich auf dessen Kernkompetenzen zu konzentrieren.

Für den Benutzer teilt sich das B2B-Portal in zwei Bereiche (siehe Screenshot). In „Rund ums Business" werden den User nützliche Informationen und Dienste angeboten, wie z.B. Stadtpläne, Hotelreservierungen, Fahrplanauskünfte, Flugbuchungen und im Bereich „Service Angebote" die Dienstleistungen der Partnerunternehmen. (rw)

„Für viele österreichische Klein- und Mittelunternehmen bedeutet das Internet und die damit verbundenen Möglichkeiten nicht nur eine enorme Chance und Herausforderung, sondern oft auch eine Hürde, von der man nicht weiß, wie man sie am besten nehmen kann. Mit theSource können diese Unternehmen ihre Unternehmensgrenzen virtuell ausdehnen und damit auf Services und Infrastrukturen zugreifen, die sie normalerweise erst mühsam aufbauen müssten. Sie haben Zugang auf eine Plattform, die sie mit maßgeschneiderten Services unterstützt und damit Möglichkeiten bietet, die bislang nur den 'Großen' vorbehalten waren." - Mag. Herbert Schweiger, Geschäftsführer Compaq Österreich

Eine neutrale Plattform, auf der sich Servicekunden mit ihren Servicelieferanten verständigen können, hat Solve Direct ins Internet gestellt und damit die Behebung von Wartungsfällen für alle Beteiligten optimiert.

Stefanie Witta

Mag. Martin Bittner & Dipl. Ing.Marcus Oppitz - Geschäftsführung von SolveDirect

Datendrehscheibe optimiert Service

„Die praktischen Probleme bei der Meldung und Abwicklung von Störungen gestalteten sich zunehmend komplex und aufwendig mit vielen Missverständnissen, Zeitverlusten und mitunter sogar Betriebsausfällen. Der kommerzielle Aufwand durch lückenhafte herkömmliche Kommunikation/ Nicht-Kommunikation war enorm“, fand SolveDirect Geschäftsführer Mag. Martin Bittner, ehemals Vertriebsleiter für Großkunden bei IBM-Services, heraus. Die Lücken in den Prozessabläufen hätten sich kaum mehr kitten oder wenigstens auf ein sinnvolles Niveau bringen lassen. Gemeinsam mit anderen IBM-Kollegen wurde an einer Lösung des Problems geknobelt. Schließlich war die Idee zu einer herstellerunabhängigen Drehscheibe geboren. Die neue Lösung zielt auf die größten 12.000 Unternehmen Europas.

Große Unternehmen und Organisationen wie Banken, Behörden oder Industriekonzerne mit mehr als 1.000 IT-Arbeitsplätzen haben in der Regel Service- und Wartungsabkommen mit etlichen Lieferanten von Hard- und Software sowie Dienstleistungen. Die hochkomplexen IT-Lösungen von heute verlangen nach einer Vielzahl verschiedener Spezialisten, um die Systeme möglichst ohne kostenaufwendige Unterbrechungen laufen zu lassen. Der Verwaltungsaufwand wuchs auf beiden Seiten, beim Kunden wie beim Lieferanten, und erreichte bald untragbare Ausmaße. Immer lauter ertönte der Ruf der Kunden nach einer einheitlichen Plattform.

Früher wurden Hardware-Störungen im Bereich des Arbeitsplatzes vom Endbenutzer an den firmeninternen Helpdesk gemeldet, der die Störung per Telefon, Fax oder E-Mail an den betreffenden Hersteller mit Wartungsverpflichtung weiterleitete. Mehrfache telefonische Rückfragen waren an der Tagesordnung, der Ablauf gestaltete sich immer weniger transparent und meistens kompliziert. Es gab kein herstellerunabhängiges Gateway, das ein automatisches Weiterleiten der Calls oder ein Verfolgen des Call-Status erlaubte.

Jahrelange Erfahrung und ein tiefes Verständnis für die Prozessabläufe gaben den Anstoss für die Einrichtung einer herstellerneutralen Drehscheibe zur Optimierung der Kommunikation zwischen Servicekunden und -lieferanten im IT-Bereich. „Da es immer leichter ist, beim Kunden als beim Lieferanten reinzukommen, baut SolveDirect darauf, dass der Kunde eine Verbindung zu unserer Plattform legt und damit seine angeschlossenen IT-Lieferanten mit einem Klick erreicht. Selbstverständlich stehen dabei Datensicherheit und ständige Verfügbarkeit an oberster Stelle“, beschreibt Wilhelm A. Wohlfarth, Operations Manager von SolveDirect. Das vor einem Jahr gegründete Startup-Unternehmen entwickelt Schnittstellen zu den Abwicklungssystemen namhafter EDV-Hersteller. In der Gegenrichtung wird den Kunden eine standardisierte Applikation zum Austausch von Daten in Richtung SolveDirect angeboten. Jeder im Helpdesk-System eingegangene Hardware-Wartungs-Call wird automatisch an den jeweiligen Servicelieferanten weitergeleitet und in der gemeinsamen Datenbank gespeichert. Da auch die Daten der Leistungserbringungen auf der Plattform registriert werden, sind laufende Statusabfragen jederzeit möglich.

Derzeit bietet SolveDirect vier Produkte an. Kernprodukt ist SD.call, eine ASP-Anwendung zur Verbindung zwischen Servicekunden und Servicelieferanten. SC.call ermöglicht einen automatisierten und standardisierten Datenaustausch von Service Call-Daten zwischen den unterschiedlichen Calldesk-Systemen. SD.report wendet sich an die Entscheider im Unternehmen und ermöglicht die rasche Erfassung und Auswertung der erbrachten Serviceleistungen. SD.benchmark stellt Vergleiche des internen Servicegrades mit einer statistischen Gesamteinheit zur Verfügung.

Professionelle und flexible Partner mit technischer Kompetenz und wirtschaftlichem Verständnis kooperieren bei der praktischen Umsetzung und dem laufenden Betrieb der SolveDirect-Plattform. „Das Konzept unserer Partner Cubit und Inode erfüllt unsere Anforderungen an eine kostengünstige, hochperformante und dennoch absolut sichere Lösung zur Gänze“, meint Wolfahrth zufrieden. Die Experten der Cubit IT-Solutions, die seit dem 20. März d.J. SolveDirect als Outsourcer produktiv betreuen und auch für die praktische Umsetzung des Projektes verantwortlich zeichnen, stoßen ins gleiche Horn. „SolveDirect läuft auf unserer Hardware in unserem Rechenzentrum. Da wir uns auf unsere redundanten Linux-Cluster mit DRBD und die Datenbankanwendung PostgreSQL verlassen können, waren auch die sehr kurzen maximalen Stillstandszeiten und ein Rund-um-die-Uhr Service für uns kein Problem“, kommentiert Paul Witta, Technischer Leiter der Cubit, die für dieses Projekt auch ein umfangreiches Sicherheitskonzept entwickelte. Dritter im Bunde ist Provider Inode, der die Connectivity, also den Webhost mit Datenbankanbindung und Scripting beisteuert. „Aus dem gemeinsamen technischen Verständnis und der gemeinsamen Professionalität bieten Cubit und Inode eine Netzwerklösung, die ausfallsicher und missionsbewusst für Internetanschluss und Betrieb von SolveDirect sorgt“, tönt es aus den Führungsebenen der Inode-Mannschaft.

http://www.solvedirect.com

Cyberspace 2001: Überall auf dem Globus stehen dot.coms vor dem Ende. Das Geld der Investoren ist verbrutzelt, die Hoffnungen ruiniert, die Kassen leer, die Kurse im Keller. In ihrer Not beschließen viele Cyber-Startups, ihre Dienste zu vergebühren - in den meisten Fällen ein sehr zweifelhaftes und vergebliches Unterfangen. Meine Augen richten sich auf *Babylon.com*. Die finden für die Vergebührung von über Internet angebotenen Dienstleistungen ideale Bedingungen vor. Wenn die es nicht schaffen, schafft es keiner. Daher: Investieren Sie nichts in Internet-Startups, bevor klar ist, ob Babylon abhebt.

Reinhard Gantar

babylon.com
Information @ a Click

Newsletter

Dear Babylon Users,

Many things have happened in recent months at Babylon and in the "dotCOM" world that I would like to share with you.

We have recently announced a change in our business model. The realities of the Internet economy necessitate a transition to a "paid-for" service. You may have already received a message from us, asking you to upgrade your Babylon tool and prompting you to purchase Babylon-Pro.

Babylon English-French
•Dynamic Html
langage de signes hyper-
texte dynamique, inclus des
options supplémentaires

Babylon-Pro, our full and improved version of the Babylon tool is based on an annual subscription model of $19.95 for two years. In addition, we offer a limited Free Trial version of Babylon.

We have done our best to make your purchasing experience easy and smooth, but if you encounter any problems with it, we will be happy to assist you through our Customer Support Center.

Babylon's community keeps growing - The current Babylon community numbers over 10 million registered users, who have generated over 140 million requests for information from our servers in the last month alone. We are happy to receive 600,000 new Babylonians join our community every month.

With the Babylon Builder, that allows you to develop your own glossaries, the Babylon community has developed and published over 700 glossaries and the Babylon resources have grown drastically. See our large Glossary & Dictionary Index to find new glossaries in your fields of interest.

Babylon traut sich

Babylon ist eine „Übersetzungs- und Informationsplattform" und den meisten Übersetzern wahrscheinlich wohlbekannt. Der Gedanke, Wörterbücher und Übersetzungsdienstleistungen am Internet anzubieten, ist nicht gerade radikal, aber meiner Beobachtung nach schaffte es erst Babylon, die Versprechen der Vorzüge der neuen Technologie für geplagte Sprachschaffende einzulösen. Die Wörterbücher sind vollständig und nicht nur nach Sprachen, sondern auch nach Fachgebieten geordnet; Jargon- und Slang-Dictionaries helfen bei rätselhaften Dialogen, und auf ungewohntem Terrain kann man sich dank Babylon auch noch in der Nacht vor Ultimo über die eine oder andere Bildungslükke hinwegschummeln. Soweit meine persönlichen und positiven Erfahrungen mit der Übersetzungs- und Informationsplattform. Falls Sie Übersetzer sind oder sonst einen Bedarf nach (auch obskuren) Glossaren und Wörterbüchern haben: Babylon ist mehr als einen Besuch wert. Mir sind die von dort downgeloadeten Heinzelmännchen inzwischen unentbehrlich geworden.

Mich überraschte vor kurzem die Entdekkung, daß Babylon die Vergebührung seiner Services eingeführt hat. Seit einiger Zeit kosten die Services 20 Dollar für zwei Jahre. Nach dem kurzen Ärger über die Notwendigkeit, meine Kreditkarte hervorkramen zu müssen, entdeckte ich aber, daß man als zahlender Kunde keine Werbebanner mehr betrachten muß - ein Vorzug, den man erst bemerkt, nachdem dieser Nagel aus dem Schuh ist. Weiters halte ich Babylon für eine interessante Fallstudie für die Vergebührung von Services am Internet, und zwar aus folgenden Gründen.

Als Übersetzer bin ich es gewöhnt, für Wörterbücher und Glossare *viel* Geld auszugeben. Die Bereitstellung der kanonisierten englischsprachigen Begriffe für *obenliegende Nockenwelle* ist ein Minderheitenprogramm, dessen Kosten auf nur wenige Menschen verteilt werden können.

Andere Übersetzer, besonders jene mit Fachgebieten wie Luftfahrt, Recht oder Pharma haben kleine Vermögen in ihren Bücherschränken stehen. In anderen Worten: Babylons Zielgruppe sind Profis, die sehr genau wissen, daß man Geld ausgeben muß, um Geld zu verdienen. Diesen Vorteil hat Yahoo beispielsweise nicht. Yahoo richtet sich an Massen von Normalverbrauchern, die ihre 20 Dollar für ihren Service nicht von der Steuer absetzen können.

Ein zweiter Grund ist die Tatsache, daß Babylon die eigene Technologie zum Verkauf anbietet. Das Schaffen von Wörterbüchern ist eine eigene Kunst mit langer Tradition und erfordert komplexe Tools, die auch in Firmen zur „Verzettelung" - so nennen das die Lexikographen - ihres eigenen Wissens verwendet werden können.

Dieses Modell wird zwar auch von Suchmaschinenbetreibern verwendet, ist aber erstens zu spezialisiert und zweitens zu trivial, um in wirklich lukrative Produkte verwandelt werden zu können. Yahoo kann seine Suchmaschinensoftware an die Betreiber von Intranets verkaufen, aber da es bessere Technologie (ähnlich wie Unix oder Apache) gratis gibt, ist es ein Hard Sell. Babylon ist im Augenblick nicht in Gefahr, gelinuxt zu werden, und Instrumente für Wissensmanagement sind sehr teuer und sehr gefragt.

Babylon hat trotz der neuen 20 Dollar-Gebühr einen interessanten Mix aus Geschenken, Sponsoring und Gebühren. Eingeschränkte Fassungen der computerisierten Wörterbücher sind weiterhin gratis und kommen, wie ich weiß, viel herum.

Jede freundschaftlich erzeugte Kopie ist eine Reklame für Babylon. Daneben gibt es für frischgefangene Besucher Banner-Ads und „sponsored dictionaries", mit freundlichen Widmungen von Amazon, CNET oder Encyclopedia Britannica. Niemand weiß, wieviel Geld dadurch hereinkommt, aber bei zehn Millionen Babylon-Benutzern wären es bei den üblichen Werbekosten bedeutende Beträge.

Und sie sind vermutlich besser investiert als in Banner-Werbungen.

Executive Summary: Auch wenn Sie kein Übersetzer sind, bietet Babylon eine Drosophilia für Betrachtungen zur neuen net.economy. Zweifel an der Tragfähigkeit an Dot.Com-Firmen sind berechtigt, aber manche Services sind gleicher.

Lukrative Nischenoperationen wie Babylon könnten erfolgreich und so zu lehrreichen Vorbildern werden - das Aspirin für den Kater nach der Dot.Com-Party. ❑

Was Analysesoftware leistet und welche Entwicklungen in nächster Zukunft zu erwarten sind, fragte MONITOR Wolfgang Heigl, Managing Director, Hyperion Österreich.

Michael Winkler

„Die Herausforderung liegt darin, die Qualität der Kundendaten und das Wissen über den Kunden zu erhöhen." - Wolfgang Heigl, Managing Director, Hyperion Österreich

Entscheidungsfindung für Manager

Hyperion entwickelt betriebswirtschaftliche Analysesoftware für die Unternehmenssteuerung und unterstützt Manager bei der Entscheidungsfindung. Welche Vorteile resultieren für Unternehmen daraus?
Hyperion deckt den gesamten Managementzyklus ab, bestehend aus Berichtswesen, Analyse, Simulationen und Planung. Mit Software von Hyperion können Unternehmen Wachstums- und Gewinnpotentiale identifizieren, Probleme erkennen und korrigieren, auf Vermutungen basierende Entscheidungen beseitigen, Umsetzung und Verantwortlichkeit verbessern und sich auf die wichtigsten geschäftlichen Ziele fokussieren.

Viele unsere Kunden sind mit der Herausforderung eines raschen Wachstums konfrontiert, und benötigen somit rasche und qualitativ hochwertige Informationen als Basis zur Entscheidungsfindungen, sowie vor allem flexible Planungs- und Simulationswerkzeuge um Szenarien und Ursachen-Wirkungszusammenhänge frühzeitig erkennen zu können.

Stichwort eCRM: Seit kurzem gibt es eine Kooperation mit Siebel. Welche Vorteile ergeben sich daraus für die Anwender?
Die eCRM Kooperation bietet für unsere Kunden eine Gesamtlösung vom operativen zum analytischen eCRM, das heißt von der Datenerfassung und -haltung bis zur Analyse. Ziel der strategischen Zusammenarbeit von Siebel und Hyperion ist die Integration der Hyperion eCRM-Analyse-Suite und der Hyperion Essbase OLAP-Server-Datenbank in die Siebel eBusiness Applications.

Durch die nahtlose Integration der Analyseanwendungen von Hyperion in die kundenorientierte eBusiness Anwendung von Siebel Systems gewinnen Unternehmen tiefere Erkenntnisse über ihre Kundenbasis. Das Ziel sind - aufgrund des dadurch möglichen 360 Grad-Blicks auf den Kunden über alle „Customer Touch Points" (Call Center, Web Site, eCommerce, Service, Marketing) hinweg - eine höhere Kundenbindung und -loyalität, höherer Umsatz und verbesserte Rentabilität sowie messbarer, schnell erzielter ROI aus kundenorientierten Systemen.

Welche Anforderungen und Herausforderungen ergeben sich beim Online-Kundenmanagement für Unternehmen?
Wesentlich dabei ist die zuvor bereits angesprochene 360 Grad-Sicht auf den Kunden. Es geht ganz einfach darum, möglichst viel über den Kunden zu erfahren.

Nehmen wir als einfaches Beispiel die Web-Site eines Unternehmens: Herkömmliche Analysen werten z.B. die Anzahl der Besucher auf einer Web-Site aus, eine Zahl mit wenig Informationsgehalt. Hyperion Web Site Analysis hingegen beantwortet Fragestellungen wie: Woher ihre Besucher kommen? Wer ihre Besucher sind (Neukunde, Mitbewerb, Interessent)? Welches Produkt die Besucher interessiert? Wie lange verweilen die Besucher auf einer Information? Wieviele ihrer Besucher kommen regelmäßig wieder? Durch diese Analysen erhalten sie Informationen über ein bestimmtes Verhaltensmuster hinter dem Besucher, und stoßen sehr rasch auch auf seine Präferenzen und können somit den Besucher und seine Anforderungen on-line besser betreuen. Darüber hinaus können Unternehmen aus den gewonnenen Informationen ihre Web Site optimieren.

Die Herausforderung liegt darin, die Qualität der Kundendaten und das Wissen über den Kunden zu erhöhen. Wesentlich ist dabei vor allem, die Daten aus eBusiness-Anwendungen mit anderen Datenquellen wie z.B. ERP-Systemen oder externen Datenquellen zu verknüpfen, um einerseits maximales Wissen über den Kunden zu erhalten, aber auch die Auswirkung eines Kunden oder einer Kundengruppe auf den Unternehmenserfolg meßbar zu machen.

Welche Parameter sind notwendig, damit ein Unternehmen mit seiner E-Commerce Strategie erfolgreich ist?
Ich denke, es gibt 100erte Parameter, die den Erfolg ausmachen. Ich möchte nur ein einfaches Beispiel herausgreifen, an dem transparent wird, daß man über eine sinnvolle Analyse entscheidendes Wissen generieren kann, um die eCommerce Strategie laufend zu optimieren:

Rund 80 Prozent aller Online-Käufe werden abgebrochen, weil der Kunde beim Abschluss des Kaufs nicht die Zahlungsart vorfindet, die ihm zusagt. Viele Unternehmen

stellen noch ausschließlich die Möglichkeit zur Verfügung, per Kreditkarte zu zahlen. Daß diese Variante nicht wirklich sicher ist, ist allgemein bekannt.

Durch Analysen über die Aktivitäten auf der Web-Site können solche Sachverhalte transparent gemacht werden, und man kann entsprechend reagieren.

Je mehr Information über einen Kunden vorhanden ist, desto besser kann der Kunde serviciert werden. Ein treuer Kunde ist auch ein zufriedener Kunde. Somit können Sie mit erhöhter Kundenzufriedenheit auch noch ihren Umsatz steigern.

Unternehmen können so beispielsweise Marketingkampagnen optimieren und Produktqualität, Kundendienst und Vertrieb verbessern - ein permanenter Kreislauf, den man in der eCommerce Strategie berükksichtigen sollte.

Welche Weiterentwicklungen bzw. Neuerungen erwarten Sie in Bereichen wie eCRM, E-Commerce, OLAP und ERP in den nächsten Jahren?

Die generelle Entwicklung in diesen Bereichen wird sich noch mehr in Richtung Anwender, (z.B. Fachabteilung), einfache Bedienbarkeit und Wartung, sowie Lösungsorientierung hin entwickeln müssen. Sehr viele Lösungen, die am Markt verfügbar sind, sind sehr technologisch orientiert, eine Tatsache, die es dem Endanwender nicht immer leicht macht. Die Technologie, die den Lösungen zugrunde liegt, ist „nur" ein Vehikel, welches selbstverständlich state-of-the-art sein muß, allerdings rückt bei den ständig komplexer werdenden Anforderungen, und vor allem bei dem sich permanent steigerndem Tempo, denen Unternehmen ausgesetzt sind, der inhaltliche und themenspezifische Aspekt in den Vordergrund.

Zusammenfassend kann man folgendes sagen: Die Neuerungen dieser Bereiche sind stark geprägt von den Business Anforderungen der Unternehmen. So geht die Tendenz wegen von klassischen IT-Lösungen hinzu Business-educated Lösungen, welche die jeweiligen Anforderungen bestmöglich unterstützen.

Wird M-Commerce auch für Hyperion-Kunden eine Rolle spielen und wird es Lösungen für M-Commerce von Hyperion geben?

„M" wie mobil ist schon heute für den Bereich Unternehmenssteuerung und Analyse ein wesentlicher Bestandteil - man könnte ihn als „m-Analytics" bezeichnen. Hyperion bietet die Möglichkeit, Informationen und Wissen über das Unternehmen mobil, dh. zum Beispiel über Handy jederzeit abzurufen. Interessant in diesem Umfeld sind vor allem „mobile" Benachrichtigungen über außergewöhnliche Entwicklungen, sogenannte Alerts, wie z.B. kritische Abweichungen und anderes mehr. Weiters ist es notwendig, entscheidungsrelevante Informationen jederzeit und überall im Zugriff zu haben.

Die Branche redet im Moment sehr viel über Balanced-Scorecard-Lösungen:Was versteht Hyperion unter diesem Begriff und wann macht eine Lösung dieser Art für ein Unternehmen Sinn?

Eine Balanced Scorecard betrachtet nicht nur die finanzielle Dimension einer Organisation (wie beispielsweise den Umsatz), sondern berücksichtigt auch andere Perspektiven wie Kunden, Lernfähigkeit in der Organisation, interne Geschäftsprozesse etc. Das wesentliche dabei ist, daß nicht nur die Analyse dieser Kennzahlen im Vordergrund steht, sondern auch die Ableitung der für die Organisation relevanten Kenngrößen aus der Unternehmensstrategie in einem strukturierten Prozeß abgearbeitet wird.

Hyperion legt dabei vor allem auch Wert auf die Verknüpfung der Strategie mit Aktivitäten und Maßnahmen, sowie die Zuordnung von Verantwortlichkeiten („Transfer strategy into action" ist hier das Schlagwort). Weiters beschränkt sich die Analyse nicht nur auf einfache Soll-Ist Vergleiche, sondern ermöglicht über Ursachen-Wirkungszusammenhänge ein strategisches Lernen in der Organisation. ❑

Herzlichen Dank für das Gespräch.

Webstatistiken - Instrumente für Web-Erfolge

WebInspektor von Vianet kontrolliert und optimiert Webauftritte

Die Vianet Telekommunikations AG stellt ihren Kunden seit kurzem WebInspektor zur Verfügung. Durch diese Webstatistiken erlangt man unternehmensorientierte Informationen, ein spezifisches und individuell auf den Nutzen ausgerichtetes Auswerten wird möglich. Webstatistiken geben wichtige Hinweise auf das Verhalten von Website-Besuchern.

Das breite Produktportfolio der VIANET Telekommunikations AG wurde für Webhosting-Kunden im Rahmen der Business Web Services um WebInspektor bereichert. Dieses Qualitätsservice klärt grundlegende Fragen für den erfolgsgewohnten Unternehmer. Webstatistiken liefern wichtige Impulse für die Marketing-Planung, nach denen sich die weitere Geschäftsplanung richtet. Es wird entschieden, welche Marketingmaßnahmen zukünftig forciert oder welche eher vernachläßigt werden können.

Mit Hilfe von Webstatistiken werden für das Unternehmen interessante Informationen herausgefiltert, die das Verhalten von Website-Besuchern durchleuchten. Die Auswertung der Daten ergibt ein exaktes Bild des Users und zieht ein optimiertes Customer Relation Management nach sich, das den Geschäftserfolg positiv beeinflusst.

WebInspektor liefert Daten zu interessanten Marketingaspekten wie:

- Auswirkungen von Veränderungen im Marketing-Mix
- Wirksamkeit von geplanten Marketingaktionen
- Interessanteste Produktschwerpunkte mit Kontrolle der Dokumentendownloads
- Länder mit der höchsten Besucherfrequenz
- Bester Zeitpunkt für das Positionieren von Neuigkeiten
- Qualität der Linkvermittlung über Bannertausch
- Qualitäts- und Stabilitätsanalyse der Webpräsenz über Fehlerberichte, u.v.m.

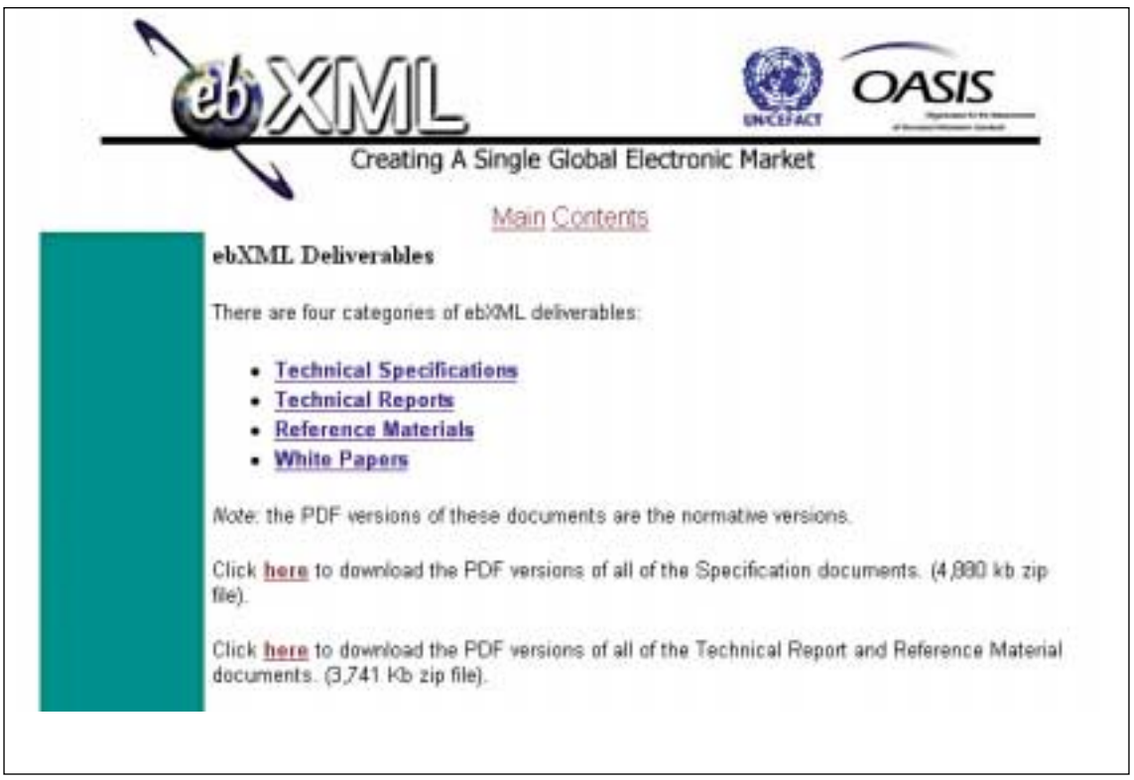
Angeboten werden drei verschiedene WebInspektor-Pakete: WebInspektor Basic, WebInspektor Advanced und WebInspektor Professional. Diese Pakete decken von der einfachen Grundstatistik bis hin zur umfassenden Komplettlösung alle Anforderungen vom einfachen Überblick bis zum kundenindividuellen Bewertungstool ab.

„Bei kommerziellen Websites bleibt oft der gewünschte Erfolg aus, und viele wissen nicht warum. Aufschluss darüber geben Analysen über das Online-Benutzerverhalten." - Tristan Libischer, Vorstand der Vianet

http://www.vianet.at/produkte

Ein neuer XML-Standard für e-Business wurde definiert: ebXML

Adolf Hochhaltinger



XML goes e-Business

HTML, die Sprache des Internet, einst als einfache Seitenbeschreibungssprache entwickelt, um die verschiedensten Inhalte (insbesondere die „reine" Information z.B. von Forschungsberichten und wissenschaftlichen Arbeiten) auf einfache Weise im Web präsentieren zu können, reicht längst nicht mehr für alle Anforderungen des Internet aus. Insbesondere kommerzielle Anwendungen benötigen ein leistungsfähigeres Vokabular, das nun mit „ebXML" zur Verfügung steht.

Der Inhalt der per HTML erzeugten Webseiten ist zwar völlig frei, das bedeutete jedoch zugleich auch einen Nachteil: es war unmöglich, strukturierte Information wie z.B. Adressen oder andere Datenbank-Inhalte damit zu transportieren.

Mit anderen Worten: Man konnte mit HTML zwar durchaus eine Adresse am Bildschirm darstellen. Es ist aber unmöglich, einen gesamten Datenbestand unter HTML abzuspeichern, etwa den einer Datenbank mit vielen Adressen. Damit aber waren die Anwendungsmöglichkeiten von HTML gerade in die kaufmännische Richtung hin ziemlich beschränkt.

Struktur durch XML

Um dieses Manko auszugleichen, wurde die XML (eXtended Markup Language) geschaffen, mit der die grundsätzliche Möglichkeit der Übertragung strukturierter Daten den Anwendern einmal zur Verfügung stand.

Das Besondere dabei; es wurde nicht nur der Inhalt (also z.B. Vorname, Zuname, Straße PLZ und Ort) übermittelt, sondern jedes Datenfeld erhielt auch ein entsprechendes „Mascherl". So war das Feld mit dem Vornamen auch für das System als „Vorname" identifiziert, usw.

Eine Auswertung der solcherart gespeicherten Daten wie in einer Datenbank war somit möglich - im Gegensatz zu HTML.

Eine weitere Lücke in den Möglichkeiten dieser Sprache wurde allerdings bei der Beschreibung von Transaktionen aus dem Bereich des e-Business geortet. Dementsprechend war es erforderlich, die Möglichkeiten von XML insbesondere für den Bereich kaufmännischer Transaktionen zu erweitern.

Nun auch für e-Business

Nun wurden die Grundlagen für eine Erweiterung dieser Sprache erarbeitet, dank der man nun auch geschäftliche Vorgänge und Transaktionen eindeutig und problemlos beschreiben kann.

Dank dieser neuesten Entwicklung „ebXML" wurden nun die „Ausdrucksmöglichkeiten" vom XML insbesondere für den Bereich des e-Business um zusätzliche, business-spezifische Möglichkeiten erweitert. In einem Meeting in Wien wurden jetzt diese neuen Spezifikationen vorgestellt. Bei „ebXML" handelt es sich um eine modulare

Internet Links

Artikel über XML:	http://metalab.unc.edu/bosak/
Sun-Website über XML:	http://www.sun.com/xml
Sun-Website über Java Technologie und XML:	http://java.sun.com/xml/
Pressemeldungen zu Java und XML:	http://www.sun.com/aboutsun/media/presskits/xml/
Über SunONE (Open Net Environment):	http://www.sun.com/aboutsun/media/presskits/sunone/
Sun ONE Homepage:	http://www.sun.com/software/sunone/index.html
OASIS Homepage:	http://www.oasis-open.org/

OASIS

OASIS (http://www.oasis-open.org) ist eine internationales non-profit Konsortium. Sein Ziel ist es, durch die gemeinsame Entwicklung offener Spezifikationen die Entwicklung im Bereich des e-Business voranzutreiben.

Unter den Sponsoren von OASIS finden sich - neben vielen anderen Unternehmen - Adobe Systems, BEA Systems, Bentley Systems, Boeing Commercial Airplanes, die Deutsche Post AG, EADS Airbus, election.com, Enigma, Hewlett-Packard, IBM, Informix, Intel, Mediaplex, Mercator Software, Microsoft, Netscape/AOL, Novell, OpenNetwork Technologies, Reuters Limited, SAA Consultants, SAP, Sequoia Software, Silverstream Software, Software AG, Sterling Commerce, Sun Microsystems, die US Defense Information Systems Agency, Virtual Access Networks, Visa International, Xerox, XML Global und XMLSolutions.

Suite von Spezifikationen, die es Unternehmen jeder Größenordnung und von jedem Ort der Welt aus ermöglicht, ihre Geschäftsvorgänge per Internet zu transportieren.

Damit verfügen alle Unternehmen nun über eine Standardmethode, Geschäftsinformationen auszutauschen, Handelsvorgänge zu transportieren und die übertragenen Daten in für beide Seiten verständlichen Begriffen zu definieren, um damit Geschäftsvorgänge darzustellen.

Eine Meta-Sprache

Definiert wurde dabei nicht die Sprache selbst, sondern die Meta-Sprache; also nicht die einzelnen Vokabel selbst, sondern die „Spielregeln", nach denen neue Elemente für ebXML definiert werden dürfen.

Auf dieser Grundlage kann jeder Anwender seine eigenen „Data Exchange Standards" definieren. Einzig sein Kommunikationspartner, in der Praxis also etwa sein Kunde oder sein Lieferant, muss mit diesen individuellen Standards und den darin übermittelten Daten auch etwas anfangen können.

Der für ähnliche Zwecke schon bisher eingesetzte und weltweit verbreitete EDI-Standard hat trotz all seiner Vorteile gerade bei Anwendungen im Web einen großen Nachteil: Bei EDI geht die Struktur der Daten aus der Message selbst nicht hervor, sie muss zuvor jeweils gesondert vereinbart werden, erst dann kann eine erfolgreiche Datenübertragung beginnen.

Bei ebXML dagegen wird - als konkretes Beispiel - nicht nur der Name eines Kunden übertragen, es ist daraus auch ersichtlich, dass diese Zeichenkette (z.B. „Meier") dem Datenfeld „Zuname" zugeordnet ist. Mit anderen Worten: nicht nur der Inhalt, sondern auch die Struktur der übermittelten Daten ist bei XML grundsätzlich immer erkennbar.

„Höchstes Lob"

„Die Qualität und das Ausmaß von Einsatz und Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Gruppen der Industrie, den Herstellern und den Anwendern an der ebXML Initiative war beispielhaft", kommentiert Klaus Dieter Naujok von IONA und Mitglied des „Steering Committee", das Ergebnis. „Wir zollen der Arbeit all dieser Organisationen, die weltweit zusammengearbeitet haben, um ebXML zu entwickeln, höchstes Lob."

Und Patrick Gannon, Vorsitzender des OASIS Board of Directors, ergänzt: „Die neuen Spezifikationen von ebXML wurden bereits vor geraumer Zeit angekündigt." Dementsprechend zeichnet sich auch eine massive Unterstützung von ebXML durch die Industrie ab; eine ganze Reihe von Anwendergemeinschaften sind hier tätig. Auch „RosettaNet", ein Konsortium von über 400 Unternehmen, darunter zahlreiche Erzeuger elektronischer Bauteile und Halbleiterhersteller sowie Firmen aus den Bereichen Informationstechnologie, beabsichtigt, die Unterstützung für die „ebXML Messaging Services Specification „ in künftige Versionen des „RosettaNet's Implementation Framework (RNIF)" zu integrieren.

Koordiniert wird die weitere Entwicklungstätigkeit an den ebXML-Spezifikationen von UN/CEFACT und OASIS von einem gemeinsam bestellten Management-Komitee und nach den Vereinbarungen eines „Memorandum of Understanding", das von beiden Firmen in Wien unterzeichnet wurde.

Die ebXML-Organisation

„www.ebXML.org" ist ursprünglich eine internationale Initiative, gegründet Anfang 1999 von der UN/CEFACT und von OASIS, um in einem 18 Monate lang dauernden Arbeitsprogramm die technischen Grundlagen zu erforschen, auf welchen die weltweite Implementation von XML standardisiert werden könnte.

Das Ziel von ebXML ist es, die Möglichkeit des offenen Handels zwischen Organisationen gleich welcher Größe zu eröffnen, indem XML auf einheitliche Weise zur Übermittlung und zum Austausch aller Business-Daten auf elektronischem Weg eingesetzt wird.

UN/CEFACT

UN/CEFACT (www.uncefact.org) ist eine Organisation der UN mit Hauptsitz in Genf (Schweiz), deren Mandat u.a. die weltweite Weiterentwicklung im Bereich von Handelserleichterungen und electronic business umfassen. Hier wurden schon viele Tools und Standards zur Erleichterung des weltweite Handels entwickelt, darunter auch UN/EDIFACT, der internationale EDI-Standard (EDI - Electronic Data Interchange). Hier wird auch die Entwicklung offener, globaler Standards und Spezifikationen für das e-Business betrieben und unterstützt.

Fazit

Die „Global Commerce Initiative" repräsentiert sowohl die Hersteller als auch die Vertreiber von Konsumgütern. Sie entschied sich dafür, den neue Internet Protokoll Standard für den Informationsaustausch bei Handelstransaktionen und B2B Kommunikationen auf der Grundlage von ebXML zu entwickeln.

Auch zahlreiche weitere Industrieorganisationen, darunter z.B. die Automotive Industry Action Group, Health Level Seven, die Open Applications Group, die Open Travel Alliance, SWIFT sowie zahlreiche offizielle internationale und nordamerikanische EDI-Standardisierungsgremien sind ebenfalls aktive Teilnehmer dieser ebXML Initiative. ❑

Die Spezifikationen und Technischen Reports zu ebXML sind kostenlos im Internet erhältlich; die Adresse ist „http://www.ebxml.org". Diese empfohlenen Spezifikationen beinhalten unter anderem die „ebXML Technical Architecture", das „Business Process Specification Schema", das „Registry Information Model", die „Registry Services", die „ebXML Requirements", die „Message Service" und das „Collaboration-Protocol Profile and Agreement". *(ah)*

Die Bull AG und MCC System Solutions wandeln sich zur IT-Service Company Integris AG

Adolf Hochhaltinger

Neuer Name Integris

Seit Anfang 2001 konzentriert die Gruppe Bull ihre Aktivitäten in zwei unabhängigen Organisationen: Integris - die Services Company, und Bull Infrastructure & Systems. Integris zählt mit 10.000 Mitarbeitern zu den führenden IT-Service Unternehmen in Europa.

Als konsequente Fortsetzung dieser Politik änderte die Bull AG ihren Namen zu „Integris AG" unter dem Dach von Integris. Das Unternehmen fokussiert seine Stärken auf die drei Geschäftsfelder Infrastucture, e-Solutions und Security. Hier werden Professional Services, Consulting, sowie die Entwicklung und Integration komplexer Gesamtlösungen angeboten. Zu ihrem Kundenstamm zählen Finanz-Dienstleister, Industrie und Handel sowie öffentliche Verwaltungen.

Gute Chancen

So will man den Unternehmen helfen, in der „zweiten Welle des e-Business" ihre Geschäftsprozesse in das Internet zu transformieren. Dabei hat man sich vorgenommen, den Umsatz von derzeit 1,7 Mrd. Euro auf 2,3 Mrd. Euro im Jahr 2003 zu steigern. In drei Jahren will man überdies in allen Ländern Europas präsent sein, schon derzeit liegen die Stärken des Unternehmens vor allem in den Bereichen Manufacturing und e-Gouvernement.

Zudem will man von der in den nächsten Jahren erwarteten Ausweitung der ERP-Systeme insbesondere in den Bereichen Banken und Versicherungen profitieren und hierzu passende Lösungen anbieten. Auch bei den „Dotcoms" ortet man Möglichkeiten, das Wachstumspotenzial wird hier auf ca. 12 % geschätzt.

Freundlich sieht es auch am CRM-Markt aus, hier liegen die Wachstumsziffern in den nächsten Jahren bei 20 bis 30 %, weil nun auch die Unternehmen der „old economy" in zunehmendem Maße in das e-Business einsteigen.

Sie erwarten davon eine höhere Produktivität und mehr Kundenorientierung, sowie ein kurzfristigeres „Return of Investment", meist binnen vier bis sechs Monaten.

Ein Business Modell

Hierfür hat Integris ein Business Modell entwickelt, das sich auf das Unternehmen als „Services Company" stützt und sich bei seiner Marktpositionierung dadurch auszeichnet, dass es „die Sprache des Kunden spricht" und sich der neuesten Softwaretechnologie bedient. Dabei werden die verschiedenen Servicebereiche der früheren Jahre zu einem „Unified Service" zusammengeführt, das auch auf dem Markt als eine Einheit auftritt.

Mit dieser Strategie will Integris seine derzeitige Marktpositionen in Europa - Nr. 10 bei Outsourcing und Nr. 6 bei System Integration - schon bald verbessern. Helfen sollen dabei Expertise Centers überall in Europa.

Oder, um es auf den Punkt zu bringen: „Früher wurden Produkte verkauft, heute bieten wir Services und damit ein im Vieles weitergehendes Eingehen auf den Kunden und seine Bedürfnisse."

Integration

Das Thema Integration wird hier immer wichtiger. So hat man sich mit rund 900 Beratern europaweit auf die Produkte der großen Hersteller - Baan, SAP und Oracle sowie Siebel, etc. - spezialisiert. Potenzielle Kunden dafür wurden unter anderem bei den Startups und neuerdings auch bei den Telcos (Telekommunikationsunternehmen) geortet.

Auch Markus Gröninger, General Manager der Integris AG, unterstreicht den Wechsel vom Produkt- zum Service-Geschäft. So erwirtschaftet die österreichischen Integris-Niederlassung bereits heute mit ihren 120 Mitarbeitern einen Umsatz von ca. 30 Mio. Euro.

Wesentlich an diesem Ergebnis beteiligt ist auch der zunehmende Anteil der Integration, der Zusammenführung von neuen und bestehenden Applikationen. Im Bereich des Consulting und der Implementierung (Systemintegration) erwartet man sogar ein zweistelliges Wachstum. Auch hier ist die Konzentration auf Dienstleistungen ein zentrales Merkmal. Dabei zählt man gerade in Österreich und der Schweiz auch viele Unternehmen des Mittelstandes zu seinen Kunden. Die interessantesten „Wachstums-Themen" sind für Integris vor allem Bereiche Infrastruktur (insbesondere zwischen dem Frontend des e-Business und den Back Office Systemen), Integration („e-Solutions") und Security (z.B. sichere Authentifizierung statt einer Liste von Passwörtern, die sich niemand mehr merken kann und sich daher jeder wieder aufschreibt). Hinzu kommt - immer wieder hervorgehoben - ganz besonders das Eingehen auf den Kunden und damit den Ansatz, nicht einfach „Dinge zu verkaufen", sondern zuerst und vor allem die Probleme des Kunden zu lösen.

„Bull und MCC haben sich in den vergangenen zwei Jahren erfolgreich auf das Dienstleistungsgeschäft ausgerichtet." - Markus Gröninger, General Manager und Vorstandsvorsitzender

Integris AG
Tel: 01/891 36-0
http://www.integris-austria.at

Kennzahlen der Integris Austria AG

General Manager: Markus Gröninger
Umsatz 2000: 413 Mio ATS
(30 Mio Euro)
Mitarbeiter: 120

Kennzahlen Integris international

Umsatz 2000: 1,7 Mrd. Euro
Mitarbeiter: 10.000

SAS erweitert CRM-Angebot

ASP-Lösung für CRM im Handel - neue branchenspezifische Lösungen für Enterprise Marketing Automation

Im Rahmen der europäischen SAS Anwenderkonferenz SEUGI in Florenz, kündigte SAS die Erweiterung seines Angebotes im Bereich Customer Relationship Management (CRM) an. Präsentiert wurden Lösungen für Enterprise Marketing Automation sowie IntelliVisor, eine Application Service Provider (ASP)-Lösung von SAS für den Handel.

IntelliVisor

Zugeschnitten auf die Bedürfnisse des Handels bietet der SAS IntelliVisor fortgeschrittene Customer Intelligence für Unternehmen, die intern nicht über die nötigen Technologien bzw. Ressourcen zur Analyse ihrer Daten verfügen. Mittels IntelliVisor können Unternehmen den Nutzen ihrer Websites verbessern, die Effizienz ihrer Marketing Kampagnen steigern oder Cross- und Up Selling Potenziale nützen. Das ASP-Modell hat den wesentlichen Vorteil, dass man weder in die Ausbildung von Mitarbeitern noch in IT-Infrastruktur investieren muss. Über IntelliVisor erhält SAS täglich Reports von e-Business Daten über eine sichere, Passwort-geschützte Verbindung. Über Nacht untersucht SAS mit seinen bewährten Analysewerkzeugen die Daten und produziert Reports, welche zeigen, inwieweit die Voraussagen den strategischen Zielen entsprechen. Das Produkt benötigt keinerlei Software oder Hardware Installation, daher beginnt sich die Investition sofort zu rechnen. In der Testphase hat sich gezeigt, dass man einen ROI von 300% innerhalb von 3 Monaten erwarten kann.

Enterprise Marketing Automation

Im Herbst 2001 bringt SAS drei neue Lösungen für Enterprise Marketing Automation auf den Markt, die speziell für die Telekommunikations-, Kreditkarten- und Versicherungsbranche entwickelt wurden. In diesen extrem wettbewerbsintensiven Branchen kann sich ein Unternehmen nicht mehr durch Produkte oder Service differenzieren, Customer Intelligence ist die einzige Möglichkeit, am Markt zu bleiben. Die neue Lösung für EMA sollen die Planungs- und Durchführungszeit für Kampagnen stark reduzieren, deren ROI verbessern und die Profitabilität von Kunden steigern.Die Implementierungszeit wird mit etwa drei Monaten nur die Hälfte der durchschnittlichen Zeit für die Implementierung von EMA Lösungen (6 Monate) betragen - dank branchenspezifischer, vordefinierter Features. Nach der Implementierung können Unternehmen die vordefinierten Modelle verändern oder erweitern bzw. ihre eigenen Modelle entwikkeln. Marketingspezialisten lernen Kundenbedürfnisse und - präferenzen schnell kennen, können Kampagnen automatisieren, den Aufwand reduzieren und die Response Rate steigern.

SAS Institute Software GmbH
Tel. 01/596 88 82-0
http://www.sas.com/austria

Kundenmanagement bei weniger Marketingaufwand

Millionen für Marketing - der Effekt oft eine Glücksache. Rückläufe nach Werbekampagnen und Messen oder die unzähligen Informationsbegehren aus dem Internet - der Umgang damit ist kaum effizient.

Auch in Österreich wird zuwenig in effiziente Erfolgskontrolle und systematisches follow-up investiert. Anfragen - sogenannte Leads - wandern quer durchs Unternehmen und liegen dann oft lang ab. Die mit den Herstellern in Vertrag stehenden Händler bekommen die Informationen zu spät oder manchmal gar nicht, so gehen Kunden und Umsätze verloren. Es fehlt an einem konsequenten Lead-Management, das das Interesse nicht nur aufnimmt, sondern in Aufträge verwandelt.

Um dieses Problem zu lösen, hat die Infinigate AG vier Jahre Entwicklungsarbeit investiert und das Ergebnis ist „Leadsource 1“: Ein Softwareprogramm, das ein Bearbeiten der Leads komplett über das Internet automatisiert und es möglich macht, alle Arbeitsschritte einer Anfrage vom Erstkontakt bis zum Abschluss zu verfolgen. Die neue Lösung von Infinigate verschafft einen Wettbewerbsvorteil durch eine drastisch kürzere Zeit für die Bearbeitung von Kundenanfragen.

Infinigate versorgt im eigenen B2B-Portal bis zu 3.800 IT-Partner aus 28 Ländern mit Anfragen über Leadsource1. Dort werden pro Woche weltweit rund 10.000 Anfragen abgewickelt. Handelspartner melden sich im System an und können eine Liste von ausgewählten Kundenanfragen einsehen, die auf ihr Leistungsprofil abgestimmt sind. Sie wählen aus, und dann ist die jeweilige Anfrage für sie reserviert. Der Interessent bekommt per E-Mail gleichzeitig eine Sofortinfo über den Handelspartner, der seinen Fall bearbeitet.

http://www.infinigate.at

„Express“ ins World Wide Web

Net4You bietet neue Start-Pakete für Unternehmen sowie ADSL-Zugänge an

„Expresso Web“ ist ein professionelles Startpaket für Unternehmen, die die ersten Schritte in Richtung Internet-Auftritt und -Zugang tun wollen. Domain und 10 MB Business Webspace, FTP-Wartungszugang, Frontpage Erweiterungen und Web-Mail, 5 Mailboxen sind inklusive, genauso wie das Net4You-Support-Team bei Schwierigkeiten während der Geschäftszeiten zur Verfügung steht. Optional ist ein unlimitierter Internet-Zugang, für den keine Einmalgebühr zu bezahlen ist, wenn er im Paket geordert wird. Expresso Net ADSL beinhaltet einen highspeed Internet-Zugang, sowie Elemente für einen Auftritt im Internet, wie Domain und 25 MB Webspace, sowie 10 Mailboxen. Der ADSL-Zugang eliminiert zeitaufwendige Einwahlprozeduren und ermöglicht eine Verbindung, die immer online ist. Im Zuge des Paketes können sowohl ADSL-Einzelplatz- als auch ADSL-Mehrplatzlösungen bestellt werden, die Kosten bleiben gleich. Expresso Way ermöglicht mittels des Internet Zuganges VIA Connect Remote Access die weltweite Einwahl ins Internet. Außerdem beinhaltet das Paket aber auch eine eigene Domain, 25 MB Business Webspace, 10 Mailboxen, FTP-Wartungszugang, Frontpage Erweiterungen und Web-Mail sind außerdem inklusive. Optional zu allen Paketen können besonders günstig Viren-Scan, wöchentliche Besucherstatistik sowie der Eintrag Quick Light im System Quick Info bestellt werden.

Net4You
Tel. 04242/50 0 50
http://www.net4you.net

Die Idee, komplette Bestellvorgänge auf elektronischem Weg zu bearbeiten, bewegt bereits seit Jahren die internationale IT-Landschaft. Neben dem enormen Einsparungspotential prägen vor allem die Faktoren Komfort und Sicherheit die Anforderungen an entsprechende Softwaresysteme. Der vorrangige Nutzen liegt jedoch in der Integration der Kundenbindung, dem sogenannten Customer Relationship Management. Ansätze reichen von reinen Zahlungssystemen bis hin zu ausgereiften All-in-one-Lösungen.

David Ortner

Die paysafecard eignet sich vor allem zum Bezahlen kleinerer Beträge

Die Zukunft der Rechnung liegt im Internet

Bestellen via Internet ist heutzutage nichts Besonderes mehr. Versandhäuser aller Art haben längst den elektronischen Vertriebskanal für sich entdeckt und entsprechende Online-Shops für ihre Kunden eingerichtet. Tendenz steigend. Daneben stellt das Internet aber auch einen wichtigen Kommunikationskanal im Business-to-Business-Bereich dar. Die Möglichkeiten des elektronischen Zahlungsverkehrs reichen von Online-Banking über Kreditkarten bis hin zu Prepaid-Cards.

Damit wird das Internet auch für das „Offline-Geschäft" ein Thema. Denn eines bleibt unabhängig von der Sparte gleich: Wo gehobelt wird, fallen Späne, oder besser gesagt, wo bestellt wird, flattern Rechnungen ins Haus. Flattern im wahrsten Sinne des Wortes, denn immer noch werden Tag für Tag unzählige Millionen Rechnungen per Post verschickt und das, obwohl Unternehmen weltweit etwa 40% an Kosten für Fakturierung und Zahlungsverkehr einsparen können.

Mit Hilfe des Internet. Allein in Deutschland beträgt das Einsparungspotenzial von Unternehmen durch den Einsatz elektronischer Rechnungen jährlich zehn Milliarden Euro. Richtungweisend sagt das amerikanische Marktforschungsinstitut Forrester für das Jahr 2005 6 Mrd. elektronische Rechnungen, die via Internet erstellt und bezahlt werden, voraus.

Online bezahlen

Dass sich angesichts dieser hoffnungsvollen Ausgangssituation bereits einige schlaue Köpfe auf die Suche nach Lösungen gemacht haben, liegt auf der Hand. Intensiv hat man sich in den letzten Jahren vorrangig mit der Komponente des Bezahlens auseinandergesetzt. Neben der Kreditkarte hat sich auch das Internet-Banking etabliert. Letzteres ist allerdings besonders für den Bereich des Internet-Shoppings nur bedingt einsetzbar. Der denkbare Weg, online zu bestellen, um per Post eine Rechnung zu bekommen, deren Daten man dann wieder in die Maske des Internet-Banking eingibt, um zu bezahlen, erscheint wenig komfortabel.

Alternativ zur Bezahlung per Kreditkarte hat sich die Idee der Prepaid-Card entwickelt. Darunter versteht man eine Wertkarte zum online-shoppen (ähnlich einer Telephonwertkarte), mit der man einfach und risikofrei ohne Angabe von persönlichen Daten im Internet einkaufen kann.

Konkret bietet etwa paysafecard ein derartiges Service an: Mittels 16-stelligem Code, der sich unter einem Rubbelfeld auf der Rückseite der Karte befindet, wird die Transaktion freigegeben. Ist der Betrag auf der Karte verbraucht, kauft man eine neue, die dann auch einen neuen Code enthält. Die Karte ist mit Beträgen von ATS 300.- bis hin zu ATS 1.000.- bei der BAWAG, Hartlauer, Libro, Niedermeyer und auf den Postämtern zu erhalten.

Verwendbar ist die Karte bei allen paysafecard Partner-Webshops, einem umfangreichen Netz, das laufend ausgeweitet wird (nähere Informationen unter www.paysafecard.com).

Dass dadurch die gute alte Kreditkarte noch lange nicht ausgedient hat, beweist der SET Secure Electronic Transaction Standard (www.set4u.at). 1996 von den Kreditkartengesellschaften Visa und Mastercard in Zusammenarbeit mit der Softwareindustrie entwickelt, integriert das Verfahren sichere Verschlüsselungsmethoden bei der Kommunikation, Zertifikate zum Nachweis der Identität der beteiligten Geschäftspartner und digitale Unterschriften zur Gewährleistung der Integrität der Daten. Die Einhaltung der SET-Spezifikation wird von der Institution SETCO überwacht, die Visa und Mastercard 1997 gegründet haben. Als unabhängiges Gremium prüft SETCO über die Firma Tenth Mountain die eingereichten Software-Produkte der verschiedenen Hersteller auf Konformität mit dem SET-Standard und vergibt nach erfolgreichem Test den SET-Mark Stempel.

Mobil bezahlen

Zahlen von überall und zu jeder Zeit ist das Ziel von paybox (www.paybox.at). Seit Februar dieses Jahres können alle österreichischen Handy-User schnell, bequem und sicher mit dem Handy im Internet und bei mobilen Dienstleistern bezahlen sowie privat von Handy zu Handy Geld überweisen. Bis zum Jahresende sollen die Österreicher bei 150 Online-Shops und 1.000 mobilen Händlern mit paybox bezahlen können.
Derzeit bestehen bereits Verträge mit über 50 Akzeptanzstellen und mit mehr als 10 Multiplikatoren, die paybox als Zahlungslösung anbieten bzw. unterstützen. Bald sollen paybox User sogar an der Einkaufskasse ihre Rechnungen per Handy begleichen können.

Das Bezahlen an sich funktioniert denkbar einfach: Der Kunde wählt im E-Shop die Zahlungsoption „paybox" oder gibt dem mobilen Dienstleister (Taxifahrer, Pizzaboten) seine Mobilfunknummer bekannt.

Die Akzeptanzstelle initiiert den Zahlungsvorgang, indem sie die paybox Nummer des Kunden (Handynummer oder frei wählbare Alias-Nummer) und den zu zahlenden Betrag an paybox übermittelt. paybox ruft den Kunden auf seinem Handy zu-

rück. Dieser bestätigt die Zahlung durch Eingabe der vierstelligen PIN auf seinem Handy. In maximal 30 Sekunden ist der gesamte Zahlungsvorgang abgeschlossen. Per Lastschrift wird das Geld vom Konto des Kunden eingezogen. Letzterem entstehen dabei keine zusätzlichen Kosten.

Online Rechnungen erstellen

Nach den vielfältigen Entwicklungen der Zahlungsmöglichkeiten bleibt noch die Frage: Wie kommt die Rechnung zum Kunden? Gibt es angesichts ausgereifter Technologien und ständig steigender Zahlen von Internet-Usern keine andere Möglichkeit, als die Dienste des gelben Traditionsunternehmens in Anspruch zu nehmen?

Die billbyclick AG etwa hat das Problem erkannt und bietet mit dem EBP-Service (electronic billing presentment, das Präsentieren der Rechnung im Internet) eine Kombination aus hoch performanter Back-End- und dynamischer Web-Technologie. Dabei geht es vor allem um die Umsetzung „nomen est omen": die Rechnung per Knopfdruck. Aufbereitet werden die Rechnungsdaten nicht durch den Eingriff in die Billing-Applikation des Rechnungsstellers, sondern durch Aufbereitung des Druckdatenstroms, der vom Rechnungssteller zur Druckstraße gesendet wird. Durch die strukturierte Datenaufbereitung und die Ablage der Daten in XML in einer relationalen Datenbank, kann die Rechnung für das Internet dynamisch aufbereitet und um interaktive Features ergänzt werden.

Sieht aus wie eine Rechnung, ist aber mehr. Die Lösung von IT20one überzeugt nicht nur durch Design, sondern auch durch die Integration der Zahlungssysteme und Datenbankanbindung.

Die einzelnen Instanzen des Services laufen auf Hardware-Komponenten der Firma IBM (RS/6000), die relationalen Datenbanksysteme unter DB2 (Datenbanksystem von IBM). Die Webapplikationen sind auf der WebSphere Plattform von IBM implementiert. Eine Systemmanagement-Umgebung kontrolliert und überwacht rund um die Uhr alle Prozesse.

Die unterstützten Sicherheits-Features umfassen HTTPS und SSL, DES und DES3 Verschlüsselung sowie Hashing von Passwörtern mit dem Secure Hash Standard. Zusätzlich zum sicheren Anmeldeprozess und der sicheren Datenübertragung werden Logging und Tracking Informationen im System gespeichert.

Zahlungsvarianten sind vielfach wählbar: neben der Kreditkarte steht unter anderem auch die Variante Cybercash (eine Kombination aus Kreditkarte und Electronic Direct Debit) zur Verfügung.

Vom Bezahlen über die Rechnung zur Gesamtlösung

Neben den oben behandelten Lösungsanbietern existieren auch Gesamtkonzepte.

Die Seals GmbH (www.seals.at) betreibt eine sichere B-to-B-Extranetplattform für den elektronischen Austausch von Geschäftsdokumenten. Der Zugang, die Authentifizierung und die Verwaltung der Zugriffsberechtigungen erfolgt über Smartcards mit digitalen Zertifikaten, um ein Maximum an Sicherheit zu gewährleisten. Die Dienste InvoiceXchange und OrderXchange ermöglichen den digitalen Austausch von Rechnungen und Bestellungen. Mit dem Service können sich Firmen Rechnungen, Bestellungen und zukünftig auch andere Dokumente elektronisch zustellen, ohne ihre Informationssysteme aneinander anpassen zu müssen.

Während sich Seals auf das B2B-Segment konzentriert, setzt IT20one (www.it20one.at) auf eine Softwareplattform der w-form signware AG Köln (www.w-form.com), um neue Maßstäbe für eine Gesamtlösung im B2B und B2C-Bereich sowie für das E-Government zu schaffen. Durch vielfache Anbindungsmöglichkeiten ist sowohl die automatische Integration vorhandener Daten in die Rechnung (z.B. alle Stammdaten) als auch die automatische Verarbeitung der Daten aus der Rechnung (z.B. Zahlungsgrund, Betrag) in bestehende Buchhaltungssysteme möglich. Der Vorteil für den Konsumenten: Mit höchster Sicherheit durch Smartcards, Verschlüsselung und digitaler Signatur bequem vom Computer aus Rechnungen per Mauseclick mit verschiedenen Zahlungssystemen wie Bankkonto oder Kreditkarte ohne erneute Datenerfassung bezahlen oder zurückweisen. Oder als Selbständiger optisch

Ein Service der Seals GmbH: Die Dienste InvoiceXchange und OrderXchange ermöglichen den digitalen Austausch von Rechnungen und Bestellungen

überzeugende elektronische Rechnungen professionell erstellen und versenden. IT20one bietet mit Invoice20one die Lösung für den modernen elektronischen Rechnungsverkehr. Plattformunabhängigkeit und vor allem die einfache Bedienbarkeit runden das Bild ab.

Rechnung als CRM-Tool

Die Rechnung als effektives Marketinginstrument einzusetzen ist eine bedeutende Funktion, die über das Internet wahrgenommen werden kann.

- Alle drei vorgestellten Rechnungsanbieter haben eine derartige Möglichkeit integriert: So können beispielsweise Statements von Kunden hinsichtlich der zu erwartenden Zufriedenheit mit dem Produkt unmittelbar bei Rechnungserhalt abgefragt und verarbeitet werden. Oder Motivation durch Einkaufsvergünstigungen bzw. Gewinnspiele geschaffen werden.
- Rechnungen werden im Gegensatz zu Prospekten an der Tür sowie Werbeemails üblicherweise genau gelesen. Was liegt also näher, als die werblichen Mitteilungen auf der elektronischen Rechnung zu positionieren? Abgestimmt auf den Grund der Rechnung (etwa dem Kauf eines Mountainbikes) ein Angebot, das genau auf die Bedürfnisse des Kunden abgestimmt ist. In unserem Fall also Knieschützer und Sturzhelme. Darüber hinaus kann der Kunde unmittelbar via Internet den gewünschten Artikel bestellen. Vom derzeit eher negativen Kundenerlebnis der Rechnungszustellung zum positiven Kauferlebnis. ❑

Jack McMaster, President and Chief Executive Officer von KPNQwest, einem der führenden europäischen Internet Service Provider, im Gespräch mit dem MONITOR.

Adolf Hochhaltinger

Jack McMaster, President and Chief Executive Officer von KPNQwest International

„Wir haben die besten Leute in der Branche“

Sie haben erwähnt, dass in einigen Jahren nur mehr einige wenige Unternehmen in Ihrer Branche bestehen werden. Aus welchen Gründen wird KPNQwest bei den Erfolgreichen dabeisein?

Meiner Meinung nach hängt das von einigen wenigen, wichtigen Dingen ab: Erstens - wir haben die besten Leute in der Branche. Denn wenn es sich entscheiden wird, welche Unternehmen überleben werden und welche nicht, so wird es weniger darauf ankommen, wer den besten Zugriff auf das Kapital oder auf eine bestimmte Technologie hat, sondern vor allem auf darauf, wer die besten Mitarbeiter hat, das beste Management-Team und die beste Unternehmenskultur. Die Qualität der Mitarbeiter macht hier den Unterschied. Und ich glaube, als Erbe seiner EUnet-Vergangenheit hat KPNQwest hier eben die Besten - die Besten aus fünfzehn Ländern, die EUnet damals in dem jeweiligen Land aufgebaut haben. Dies verleiht uns heute einen Kampfgeist und eine Qualität der Mitarbeiter, um die uns wohl viele andere Unternehmen beneiden. Außerdem haben wir neben dem Talent unserer Mitarbeiter auch die finanzielle Stärke, um erfolgreich zu sein.

Und wie sieht Ihre Strategie aus?

Grundsätzlich sind zwei Dinge wichtig, wir glauben an zwei große Trends: erstens werden leistungsfähige und preiswerte Datenverbindungen in Zukunft genau so wichtig werden wie die Fortschritte in der Chip-Industrie. Hier sehen wir in der Glasfasertechnologie den Schlüssel zur Zukunft. Zweitens geht ein großer Trend in Richtung „shared computing“. Anstatt - wie bisher - firmeneigene Software in begrenzten Datacenters und Firmennetzwerken zu nutzen, die von ihnen vollständig kontrolliert werden, werden in Zukunft dynamische Gruppen von Anbietern, Mitarbeitern und Kunden im virtuellen Raum zusammenkommen und dort ihre Geschäfte abwickeln. Oder, als Slogan ausgedrückt: „the computer is the network“. Verbindet man diese beiden Trends - und hier waren wir die ersten, die dies getan haben - und tut man dies gut, also die beste Qualität zu geringstmöglichen Kosten, und als Erster am Markt, so schafft man damit hervorragende Möglichkeiten für die Zukunft. Und das ist eben unsere Strategie, unser „Geheimnis“.

KPNQwest war unter den ersten Anbietern von ASP in Österreich. Wie weit ist dieser Markt schon entwickelt?

Erst zum Teil. Hier sind Firmen ein wenig wie Menschen: einige wollen etwas Neues sofort ausprobieren und sind von Anfang an dabei. Andere warten erst einmal ab, was diese neue Technologie tatsächlich bringt und werden erst dann auf diesen Zug aufspringen, wenn sie einige andere Firmen kennen, die dies ebenfalls getan haben und damit erfolg-

Regional Service Center in Wien

KPNQwest hat in Wien das neue Service Center für die „Central Region“ Europas eröffnet.

Seit Ende April werden von hier aus unter dem Motto „One Voice to the Customer“ die ersten Business-Kunden betreut. Kernleistung des Regional Service Centers ist die Betreuung rund um die Uhr (24 x 7) für paneuropäische Produkte. Großkunden aus Deutschland, Österreich, der Schweiz, Tschechien und Rumänien werden kontinuierlich in die hier gebotenen Services eingebunden. Stufenweise werden Specials wie eine neue, kostenfreie 00800er-Nummer eingerichtet, Business-Kunden haben überdies in Zukunft die „freie Sprachwahl“, der Support wird dann in den Sprachen Deutsch, Englisch, Tschechisch und Rumänisch angeboten. Außerdem wurde das bestehende Wiener DataCentre von KPNQwest um ein CyberCentre erweitert. Hier werden bereits in einem knappen halben Jahr rund eintausend Quadratmeter Fläche zur Verfügung stehen. Schon bisher sorgten DataCentres in Wien (zwei redundant angelegte Zentren), in Graz, Klagenfurt und Salzburg mit mehr als 40 POPs für eine flächendeckende Anbindung im gesamten Bundesgebiet. Im Gegensatz zu den meisten anderen Anbietern, die fremde Leitungen mieten, betreibt KPNQwest sein eigenes, hochmodernes und ausfallsicheres Glasfasernetzwerk, den EuroRing. Seine endgültige Fertigstellung ist für den Herbst 2001 geplant, es besteht dann aus sieben Ringen, die mit 20.000 km Glasfaserstrecke und mehr als 500 POPs nicht weniger als 50 Städte in 15 Ländern Europas erschließen. Das Netzwerk ist in Form von sieben Ringen strukturiert, von denen einer - der „Eastern Ring“ - neben München, Prag und Bratislava auch Wien mit einschließt; Dadurch wird die österreichische Hauptstadt dann direkt mit dem europäischen Breitbandnetz verbunden sein. Dies bedeutet zugleich auch eine Transatlantik-Anbindung zwischen Wien und dem 48.000 km langen Hochleistungs-Glasfasernetz einer der beiden Muttergesellschaften, der Qwest Communication, welches 150 Städte in den USA umfasst. Die internationale Reichweite wird durch Netze der Qwest in Mexiko und Japan noch erweitert.

http://www.kpnqwest.at

reich sind. Und einige wenige werden erst dann reagieren, wenn sie sehen, dass sie sonst als Einzige nicht mit dabei wären. Im Augenblick sind wir erst in dieser ersten Phase, der „early adopter phase". Wir stehen noch sehr am Anfang dieser Technologie, aber einige Unternehmen sind bereits dabei, diese Möglichkeit wahrzunehmen, darunter z.B. die Firma Atos mit rund eintausend Arbeitsplätzen der „LiveLink" Applikation. Hier kam die Order zum Jahresbeginn und das Ganze wird gerade installiert.

Und alle die Kleinunternehmen und privaten Kunden, die via ISDN oder Telefonmodem zugreifen - geht diese Geschwindigkeitsrevolution an ihnen vorbei?

Die Basistechnologie für schnelle, europaweite Datenverbindungen für die nächsten Jahrzehnte ist zweifellos die Glasfaser. Was allerdings die „edge technologies" betrifft, also jene Verfahren, mit denen die letzte Strecke zwischen den Netzknoten und den Anwendern realisiert werden, so werden gerade auf diesem Gebiet die Methoden noch

öfters wechseln. Die Möglichkeiten reichen von drahtlosen Verbindungen über die verschiedenen xDSL-Varianten und „fibre to the doorstep". KPNQwest hat immerhin in ganz Europa mehr als hunderttausend dieser „kleineren" Kunden, und wir sind wohl auch der Provider Nummer eins bei Klein- und Mittelbetrieben in Österreich, wir sind daher für alle Technologien offen und sind daran interessiert, dass jeder Kunde die für ihn bestmögliche Anbindung bekommen kann. Was allerdings den schnellen Zugang generell betrifft, so ist dafür erst eine abgeschlossene Entbündelung die Grundvoraussetzung. Erst wenn die wirtschaftliche Nutzung der „last mile" endlich geklärt ist, können wir auch hier alle technisch möglichen Verfahren wie z.B. xDSL usw. auch tatsächlich einsetzen.

Bis heute jedoch hat xDSL in vielen Ländern Europas versagt - nicht weil die Technik versagt hat, sondern weil die Regulatoren verabsäumt haben, die Entbündelung zeitgerecht zu vollenden.

Mit welchem Wachstum rechnet KPNQwest in den nächsten Jahren?

Bis Ende 2004 erwarten wir für uns einen Marktanteil zwischen fünf und acht Prozent. Der Markt in Europa wird dann Studien zufolge etwa ein Volumen von 55 Mrd. Euro aufweisen. Das bedeutet, dass wir 2004 rund 2,5 Mrd. Euro Umsatz erwirtschaften werden.

Herzlichen Dank für das Gespräch!

Inode: Redundante Gigabit-Anbindung zum VIX

Große Investitionen in Netzqualität und Verfügbarkeit im Laufe des letzten J ahres - das Ziel ist ein völlig redundantes Netz mit 100% Verfügbarkeit.

Inode ist jetzt auch am wichtigsten nationalen Internetknoten (VIX = Vienna Internet Exchange) mit zwei redundanten Gigabit-Glasfaserstrecken (1Gigabit entspricht 1024 Megabit) angebunden, wobei eine dieser Glasfaserstrecken beim neuen VIX2 bei InterXion (http://www.interxion.at) endet.

Dies ist nur eine von vielen Neuerungen im Inode-Netzwerk, welches im Laufe des letzten Jahres massiv ausgebaut wurde und vor allem auf Qualität und Ausfallsicherheit optimiert wurde. Dadurch ist Inode jetzt in der Lage den Kunden garantierte Verfügbarkeit und garantierte Netzqualität in Form von SLAs (Service Level Agreements) zur Verfügung zu stellen.Das gesamte Netzwerk wurde so geplant, dass jeder wichtige Router oder Switch sowie alle wichtigen Leitungen doppelt vorhanden sind. So können die Datenströme auch im Falle eines Ausfalles in Sekundenbruchteilen einen neuen Weg über eine andere Strecke, einen anderen Router oder Switch finden. Möglich wird das alles unter anderem durch den Einsatz von HSRP (Hot Standby Router Protocol), ein Protokoll welches erkennt, sobald ein Router ausfällt und sofort ein Standby-Gerät automatisch so in Betrieb nimmt, dass die gesamte Netzwerkumgebung nichts vom Ausfall bemerkt.

Um die Philosophie von maximaler Qualität zu möglichst geringen Preisen zu untermauern, hat Inode letzten Jahr mehrere Millionen Schilling in Netzqualität investiert und wird auch weiter in diesem Bereich massiv investieren.Inode hat eine breite Anbotspalette, welche von ADSL-Zugängen für Privat- und Businesskunden über (Server-)Housing und (Web-)Hosting-Lösungen bis hin zur professionellen Standleitungsanbindung mittels SDSL oder ATM und Firewalllösungen alles umfasst.

http://www.inode.at

Purk Computer Technik | Dienstleistungen und Produkte | Händlerbereich | Angebot der Woche | Public Relations | Links & more | Info

Professionelle Überlegenheit + Raffinierte Kompetenz Computertechnik

Strukturierte Verkabelungen - Netzwerke - aktive & passive Komponenten - FunkLAN - PC & Server - ISDN & VDSL - Telefonanlagen - Sicherheit für Sie & Ihr Netzwerk - Planung & Einrichtung - individuelle Komplettlösung - Home Office - Facility Management - Dienstleistung nach Maß - namhafte Partner

PURK COMPUTER PC ARBEITEN MIT NETZ

http://www.puerk.com Hietzinger Kai 169, 1130 Wien Tel. 01/876 91 76 Email: info@puerk.com

Ein neues Sicherheitspaket insbesondere für Klein- und Mittelbetriebe hat die Datakom seit kurzem in ihrem Angebot; es bietet dank der Secure Virtual Networking (SVN) Architektur von Check Point hohe Sicherheitsstandards für unternehmensinterne Verbindungen.

Adolf Hochhaltinger

Höchste Sicherheit

Der Informationsaustausch via Internet ist heute für eine immer größere Anzahl von Unternehmen unverzichtbarer Bestandteil ihrer Geschäftstätigkeit. „e-Business oder kein Business" lautet hier der Slogan, und es stimmt: e-Business unterstützt heute nicht mehr bloß das Geschäft, e-Business *ist* vielfach bereits das Geschäft.

Die Gefahr ist real

Somit wird auch die Abhängigkeit vom klaglosen Funktionieren der elektronischen Kommunikation immer größer. Auch kurzzeitige Ausfälle können sich hier gravieren auf die finanziellen Ergebnisse auswirken.

Dadurch aber kann sich jede Virusattacke zu einer Katastrophe entwickeln. In der „Hitparade der Angst" stehen Viren dementsprechend auch ganz oben auf der Liste, gefolgt überraschenderweise von Angriffen von innen, z.B. durch allzu neugierige Mitarbeiter. Erst an dritter Stelle steht der „klassische" Angriff von außen durch Betriebsfremde.

Somit wird mehreren Studien zufolge der weltweite Bedarf an Managed Security Services in den nächsten Jahren geradezu explodieren. Je dichter die Transaktionen im Inter-

Ulrich Glasner, Regional Director Check Point Software (Central & Eastern Europe)

Jedes Unternehmen hat eine Vision, und unsere Vision ist es, das Internet zu sichern. Die gesamte Kommunikation und alles, was im Internet passiert, soll möglichst sicher ablaufen und zudem möglichst einfach zu warten und zu verwalten sein. Dieses Ziel versuchen wir in unseren Produkten und Dienstleistungen zu realisieren, und dazu braucht man natürlich auch einen kompetenten Partner im betreffenden Markt, den wir hier in der Datakom gefunden haben und der noch dazu selbst ein Vorreiter in puncto Sicherheit im Netzwerk ist.

Checkpoint wurde 1993 gegründet und hat inzwischen bewiesen, dass ein Unternehmen, das sich einzig mit dem Thema Sicherheit im Netzwerk befasst, durchaus profitabel sein kann. So haben wir in bestimmten Bereichen wie z.B. bei den Firewalls inzwischen die Marktführerschaft erreicht.

Die von Checkpoint entwickelte Secure Virtual Networking (SVN) Architektur stellt heute einen Standard dar und bildet die Basis für die vertrauliche und zuverlässige Kommunikation im Internet. SVN gewährleistet sichere B2B-Verbindungen in Intranets, Extranets und dem Internet sowie zwischen Netzen, Systemen, Applikationen und Anwendern.

Die Allianz zwischen Check Point und der „Open Platform for Security" (OPSEC) garantiert zudem durch Verwendung offener Sicherheitsstandards eine nahtlose Integration und Kompatibilität der Check Point Lösungen mit den Produkten von mehr als 270 namhaften Industriepartnern.

net werden, desto wichtiger ist die Gewährleistung der Sicherheit in Bezug auf Datenübertragung, Datenverwaltung und Geheimhaltung der Daten.

Wieviel Aufwand ist sinnvoll?

Auch bei der Sicherheit gibt es unterschiedliche Abstufungen. Um festzustellen, welcher Aufwand für das Thema Sicherheit in etwa angemessen wäre, sollte man sich einfach die Frage stellen: „Wie teuer kommt mich ein Netzausfall?“ Gerade bei kleineren und mittleren Unternehmen liegt es mit der Sicherheit oft im Argen. Diese Firmen haben von der Unternehmensgröße her in der Regel nicht die personelle Kapazität, um einen hauptamtlichen Sicherheitsbeauftragten damit zu befassen und so wird die Sicherheit zur „Nebensache“ - Jemand aus der Führungsetage nimmt „so nebenbei“ auch diesen Bereich unter seine Fittiche.

Ist dieser Jemand nicht - ausnahmsweise einmal - ein Computerspezialist von hohen Graden, dann gibt es ein Problem: Viele Durchschnittsanwender können sich den Grad der Bedrohung durch Angriffe auf ihr IT-System heute kaum mehr richtig vorstellen. Und um so halbherziger fallen dann oft auch die Sicherheitsmaßnahmen aus, oft begründet von dem naiven Argument: „Bei uns gibt es ohnehin nichts auszuspionieren!“ Erst wenn dann irgendwann tatsächlich eine aktuelle Angebotskalkulation von einem Mitbewerber ausspioniert wird und dadurch den schon als sicher gewähnten Auftrag kostet, wird der angerichtete Schaden für manche vorstellbar und begreifbar.

Firewall - ja, aber...

So ist beispielsweise in vielen Firmen unbekannt, dass eine Firewall nicht nur angeschlossen, sondern auch fachmännisch installiert und vor allem richtig konfiguriert (!) werden muss - und schon das ist eine Wissenschaft für sich. Jede Firewall muss zudem auch noch permanent gewartet werden; schließlich finden Hacker fast täglich neue Sicherheitslücken und neue Methoden, in vermeintlich sichere Systeme einzudringen, auf die der System Administrator so schnell wie möglich reagieren muss. Auch bei der Authentifizierung müssen die Datenrechte - wer darf auf welche Weise (nur ansehen, verändern, oder gar nicht) jeweils auf welche Datenbereiche zugreifen - immer auf dem Laufenden gehalten werden.

Next Generation

Für diese Problematik hat Datakom eine Lösung entwickelt, die insbesondere für kleinere Betriebe maßgeschneidert wurde. In Zusammenarbeit mit dem Sicherheitsspezialisten Check Point bietet Datakom nun dessen „Next Generation Technology“, von Fachleuten als „Mercedes unter den Firewall-Lösungen“ bezeichnet, für seine Kunden an.

Diese „Next Generation Technology“ ist kein einzelnes Produkt, sondern eine neue Technologiestufe, sie umfasst insbesondere Features wie z.B. „secure update“: von einer einzelnen Management-Konsole aus werden die Software und die Lizenzen unternehmensweit verteilter Gateways aktualisiert, dadurch ist die gesamte Sicherheitsumgebung immer auf dem neuesten Stand. Durch die (ebenfalls patentierte) „stateful inspection“ Technologie wird zudem eine etwa zehnfache Beschleunigung der Funktion von VPNs und Firewalls erreicht.

Firewall mit Fernwartung

Nach Installation eines solchen Sicherheitssystems in ein Firmennetz, übernimmt die Datakom den Betrieb und die Überwachung dieses Firewall-Systems via Internet - rund um die Uhr. Bei einer Sicherheitsverletzung wird das Network Management Center der Datakom alarmiert und löst definierte Maßnahmen aus.

Denn das ist der große Vorteil dieser Lösung: Das Management beinhaltet hier nicht nur den Betrieb der Security-Lösung, sondern auch die Redaktion auf Alarme, die Beobachtung ungewöhnlicher Aktivitäten, Bakkup, das automatische Einspielen von Updates, Patches und Fixes, ein User Help Desk, Änderungen an der Firewall-Konfiguration sowie ein komplettes Reporting des gesamten Verkehrs über diese Firewall.

Durchgeführt werden alle diese Maßnahmen ausschließlich von den (von Check Point geschulten und zertifizierten) Experten der Datakom.

Preiswerte Lösung

Insbesondere für Klein- und Mittelbetriebe bieten diese Lösungen mehrere Vorteile: zum einen wird damit im Unternehmen kein (teurer) Spezialist mehr für den Datenschutz benötigt, und zum anderen übernimmt die Datakom sämtliche Aufgaben von Administration, Management, Wartung und sorgt außerdem für die - kompetente und professionelle - Reaktion auf eventuelle Hack-Versuche aller Art.

Die kleinste derartige Lösung ist übrigens nicht teuer, sie kostet (bis zu 10 IP-Adressen) nicht mehr als 5.388,- Schilling inkl.MwSt. im Monat und bietet dafür immerhin bereits die „Checkpoint VPN-1 SME“, installiert auf Hardware von Intrusion (PDS2100).

Für Unternehmen mit etwas höheren Ansprüchen bzw. mit mehreren Firmenstandorten steht für etwas mehr als 9.300,- Schilling inkl.MwSt. monatlich die „nächstgrößere“ Version der Software (VPN-1) auf Hardware von Nokia (IP 110) zur Verfügung; hier ist z.B. auch der Aufbau von gesicherten VPN-Verbindungen zwischen mehreren Standorten möglich. Selbstverständlich gibt es darüber hinaus auch höhere bzw. umfassendere Lösungen für größere Firmen.

http://www.datakom.at / http://www.checkpoint.de

Dkfm. Franz Schuller, Vorstandsdirektor der Datakom Austria

Die Bereitschaft der Menschen, elektronisch zu kommunizieren, steigt sprunghaft, und es gibt immer mehr Firmen, die über das Internet ihren Umsatz machen. Netzverlust ist dann gleichbedeutend mit Umsatzverlust. Damit aber steigt auch die Abhängigkeit von dieser neuen Kommunikationsmethode und in gleichem Maß steigt auch der Bedarf an Sicherheit. Insbesondere Viren stellen eine echte Bedrohung der Netze dar.

Mit dem Verlust der Kommunikationsnetze kann man aber heute die ganze moderne Gesellschaft lahmlegen. Da reicht ein einziger kleiner Virus, eingeschleppt mit einer privaten e-Mail, um in einem großen Unternehmen für einen oder zwei Tage den Mailserver zu blockieren und -zig Mannstunden an Arbeitszeit zu beanspruchen.

Alle öffentlichen bzw. allgemein zugänglichen Einrichtungen - Brücken, Eisenbahnstrecken und Stromleitungen ebenso wie heute das Internet - sind über kurz oder lang Angriffen ausgesetzt, sei es von privater Seite oder aus mancher politischer bzw. anarchistischer Richtung.

Wir von der Datakom bieten mit „e-secure“ ein neues und preisgünstiges Bündel aus Soft- und Hardwarelösungen an. Da es nicht sinnvoll ist, solche Lösungen ein weiteres Mal zu erfinden, haben wir einen kompetenten Partner gesucht, und Check Point als Marktführer in diesem Bereich ist hier der ideale Partner.

Eine Serie neuer, schneller und preiswerter Layer 3 Switches hat Allied Telesyn herausgebracht. Wir sprachen darüber mit Herbert Schwarz, dem Sales Manager Austria von Allied Telesyn.

Adolf Hochhaltinger

Schneller Layer-3-Switch

Was ist das Besondere der neuen Geräte?
Der „Rapier" ist eine brandneue Geräteserie, die wir auf der Basis unserer Erfahrungen mit den Herstellern verschiedener Layer-3-Switches nun selbst entwickelt haben. Zuvor haben wir in den vergangenen Jahren Geräte von anderen Herstellern vertrieben, z.B. von „Extreme Networks". Die dabei gewonnenen Erfahrungen sind nun in die Entwicklung des „Rapier" eingeflossen.

Was kann der „Rapier"?
Das Gerät bietet im Vergleich zu den meisten Layer 3 Switches einige zusätzliche Möglichkeiten, beispielsweise Interface-Möglichkeiten für Wide Area Networks. Hierzu gibt es an der Rückseite des Gerätes entsprechende Einschubmöglichkeiten; die WAN-Anschlüsse - sie sind als Option erhältlich - können dort bei Bedarf eingesetzt werden.

Zusätzlich kann der Anwender alle Routing-Funktionen auch an den vorderen Ports verwenden; das ist speziell bei großen Netzwerken („Campus Networks") sehr wichtig, um den Traffic möglichst gering zu halten.

Welche Modelle gibt es?
Das „Flaggschiff" der Serie ist der „Rapier 24", er verfügt zusätzlich zu seinen 24 Ports über die Möglichkeit von WAN-Anschlüssen - wahlweise ISDN Basic Rate, ISDN 4 x Basic Rate, ISDN 8 x Basic Rate, Primary Rate bis zu 2 Mbit/s sowie synchron und asynchron - auf der Rückseite.

Um Server anzuschließen, können entweder die Uplinks mit 1 Gbit/s benutzt werden, zusätzlich besteht hier jedoch auch die Möglichkeit des „port trunking", dabei werden mehrere Anschlüsse einer Gruppe zu einer leistungsfähigeren Leitung gebündelt.

Meist wird dieses Standardmodell mit seinen 24 Ports eingesetzt. Hier verzeichnen wir übrigens in letzter Zeit eine steigende Nachfrage der Anwender. An den Ports wird der Rapier meist mit preiswerten Layer-2-Switches verbunden; es macht ja keinen Sinn, *überall* zu routen - nicht nur deswegen, weil jeder Router am Anfang eine Lernphase hat.

Ein weiteres Modell dieser Serie ist der „Rapier 16F", er verfügt über keine WAN-Module, bietet dafür 16 Glasfaser-Ports. Dann gibt es den „Rapier G6", der sechs Ports (Fibre oder Kupfer) bietet. Er hat aufgrund der hohen Geschwindigkeit auf der Backplane keine WAN-Ports mehr, ist aber ideal als Concentrator einsetzbar, um beispielsweise drei Server schnell anzuschließen und über die insgesamt vier verbleibenden Ports weitere Layer-3-Switches mit ausreichender Bandbreite zu versorgen. Von dort geht es dann üblicherweise mit Layer 2 weiter.

Was sind Beispiele für andere Anwendungsfälle?
Bei speziellen Anwendungen allerdings wie beispielsweise in dem Netzwerk einer Universität ist - ausnahmsweise! - der Einsatz von Layer-3-Routern überall im Netzwerk sinnvoll, schließlich sollen hier die Netzwerkbereiche, die für Studenten zugänglich sind, von jenen Bereichen getrennt werden, die ausschließlich den Professoren vorbehalten sind. Solche Bereiche kann man durchaus als VPNs verstehen.

Gerade bei diesem Beispiel sind beide Netzwerke oft in den gleichen Räumen präsent, sollen aber trotzdem voneinander ge-

Was macht ein Switch?

Bei der Datenübertragung im (Ethernet-) Netzwerk ist die Möglichkeit von „Kollisionen" generell vorgesehen: Es ist nicht zu vermeiden, dass zwei Stationen im Netzwerk genau zur gleichen Zeit etwas „sagen" wollen und sich dadurch erst einmal gegenseitig blockieren.

Es gibt dafür auch ein standardisiertes Verfahren: Jede Station wartet eine (statistisch bestimmte) Zeitlang und versucht es danach nochmals. Somit ist es sehr unwahrscheinlich, dass beide Stationen exakt gleich lang warten, bis sie wieder versuchen, eine Datenverbindung per Netzwerk aufzubauen; die „schnellere" Station kommt nun sofort dran und die zweite versucht es um Sekundenbruchteile später und erkennt, dass das Netzwerk für den Augenblick besetzt ist. Sie wartet, bis das Netz wieder frei ist. Ab einer gewissen Netzlast steigt nun die Anzahl der Kollisionen im Netzwerk (bzw. im betreffenden Segment) extrem stark an. Dann wird es sinnvoll, ein solches Netz in kleinere Segmente zu unterteilen.

Genau das tut ein Switch: er trennt für die Dauer der Datenübertragung die beiden „Gesprächspartner" vom restlichen Netzwerk. Somit können sich diese beiden „Gesprächspartner" in ihrem soeben für die Dauer dieser Übertragung geschaffenen „privaten" Segment ungestört unterhalten, und zugleich bleibt das restliche Segment frei für weitere Verbindungen.

Übrigens: Im Gegensatz zu einem Router arbeitet ein reiner Layer 2 Switch auf der Basis der (hardwaremäßigen) Netzwerkadressen (NIC), während Router generell mit IP-Adressen (Layer 3!) arbeiten und daher immer erst in einer Routing Table „nachsehen" müssen, wohin (an welche NIC-Adresse) eine bestimmte IP-Adresse nun tatsächlich zu leiten ist - und das kostet eben mehr Zeit.

trennt bleiben - mithin ein klassischer Anwendungsfall für Routing und für Layer 3 bis zum Arbeitsplatz.

Zudem sind auf einer Universität die hauseigenen Spezialisten, die dieses Netzwerk konfigurieren, meist auch sehr gut geschult und sehr fachkundig, somit sind hier auch keine Probleme bei der Konfiguration zu erwarten. Für einen klassischen Firmenanwender mit der hier üblichen Netzwerkstruktur dagegen wäre ein solcher Aufwand übertrieben.

Für welche Anwendergruppe sind diese Produkte gedacht?

Wir wenden uns mit unseren Produkten dementsprechend vor allem an „High-Tech-Betriebe", beispielsweise an einen Internet Service Provider oder ähnliche Unternehmen. Diese Firmen bekommen mit unseren Produkten ein schnelles, leistungsfähiges und trotzdem preiswertes Gerät, das ihre Anforderungen erfüllt und trotzdem kein Vermögen kostet. Eine solche Konfiguration - alle Server in einem kleinen Areal zusammenzufassen und möglichst schnell mit Fibre Optic Karten anzuschließen und damit durchgängig die Sicherheit einer Layer 3 Verbindung zu definieren - wird beispielsweise gerne bei ISPs angewandt, auch in manchen Firmen wird sie inzwischen verwendet.

Worauf kommt es bei diesen Geräten an?

Ein ganz wichtiger Punkt ist hier die Leistungsfähigkeit der Backplanes. Einige Mitbewerber bieten hier ein „gratis Layer 3 Upgrade" an. Das finden wir problematisch, denn um wirkliches Switchen im Layer 3 zu gewährleisten, benötigt man eine bestimmte Geschwindigkeit auf der Backplane sowie eigene Prozessoren dafür.

Deshalb beinhalten unsere Geräte für jede Port-Gruppe einen eigenen Prozessor auf der Backplane. Hinzu kommt noch ein 200 MHz RISC-Prozessor, der für die Abläufe auf der gesamten Backplane zuständig ist. Das ergibt einen Datendurchsatz von einigen Gbit/s auf der Backplane.

Konnten Sie Ihre Rapier-Modelle bereits einsetzen?

Wir konnten insbesondere in Osteuropa, wo noch keine „Altlasten" bestehender Gerätelandschaften zu berücksichtigen sind, diese neuen Produkte sehr erfolgreich vermarkten. Anstatt einen großen (und teuren) Router hinzustellen, können wir ja mit unseren Geräten hier eine schnelle und trotzdem preiswerte Lösung realisieren.

Ein Beispiel ist die russische Eisenbahn: Sie baut zur Zeit entlang ihres gesamten Streckennetzes Glasfaserleitungen auf, die zusammen mit unseren „Rapier"-Geräten betrieben werden und ein Netzwerk mit höchster Performance liefern.

An wen wendet sich ein Interessent?

Interessierte Endanwender sollen sich an unsere Partnerfirmen wenden, während Reseller bei unseren Distributoren (Highspeed Cabling, Computer 2000) nachfragen können.

Allied Telesyn Vertriebsgesellschaft m.b.H.
Tel. 01/8762441
http://www.alliedtelesyn.co.uk

Wie fit sind IT-Administratoren?

Wer kennt es nicht, das Bild des kaffeetrinkenden, zigarettenvertilgenden Netzwerktechnikers, der den ganzen lieben langen Tag vor seinem „Kastl" sitzt, reinstarrt und sich kaum bewegt.

„Fehlinformation!", sagt man bei indigo dazu. Den Beweis, dass dem nicht so ist, kann man beim indigo adventure camp antreten.

Beim indigo adventure camp wird Intensivtraining mit sportlichen Aktivitäten gepaart. Vormittags bis in die frühen Nachmittagsstunden wird fleißig gepaukt und danach geht's sportlich ab in die freie Natur.
Das indigo adventure camp findet in Flachau, im Tauernhof, der 4-Stern Funsport-, Bike- und Skihotel-Anlage statt.

Die Themen und Termine:

- Windows 2000 Active Directory (Teil 1), 2. Juli - 6. Juli 2001
- Windows 2000 Network Services (Teil 2), 9. Juli - 13. Juli 2001
- ZENworks for Desktops 3, 27. August - 31. August 2001
- NetWare 6 - all of interest, 3. September - 7. September 2001

An sportlichen Aktivitäten sind eine geführte Mountainbike-Tour, Downhill-Zorbing, indigo funolympics und eine Berggipfelwanderung mit Hütteneinkehr geplant.

Das indigo adventure camp beinhaltet: Intensivseminar, einen Test pro gebuchtem Seminar, Vollpension inkl. Softdrinks, Unterbringung im Einzelzimmer und die sportlichen Aktivitäten. Fitnessraum, Dampfbad und Hallenbad sowie der Funpark inkl. Leih-Equipment können während des gesamten Aufenthaltes gratis benutzt werden. Auch Microsoft Österreich und Novell Österreich ist die Fitness der Netzwerk-Administratoren ein Anliegen. Deshalb fördern die beiden Hersteller das indigo adventure camp, so dass es zu einem sehr interessanten Preis angeboten werden kann.

Mehr Info zum indigo adventure camp: unter
http://www.indigo.at/db.asp?link=/adventure/01/adventure01.htm
oder Tel. 01/597 37 10-0

Linux auch für's kleine Geschäft

IBM bringt die branchenweit erste integrierte Softwarelösung auf Linux-Basis für kleinere Unternehmen auf den Markt.

Zum Lieferumfang zählt ein Installationsprogramm, das die schnelle und einfache Einrichtung der Software auf Servern und Desktops sicherstellt.

Die IBM Small Business Suite for Linux stellt Anwendern alle Softwarebausteine zur Verfügung, die sie für Messaging und Collaboration, zur Steigerung ihrer Produktivität, zur Erstellung von Websites und zum Data-Management benötigen.IBM trifft mit diesem Angebot den Nerv des Marktes, wie eine IDC-Studie belegt:

Nach dieser Studie finden sich 48 Prozent aller Linux-Server-Installationen bei kleineren Unternehmen.

Die Linux-Suite ermöglicht es kleineren Firmen, branchenführende IBM-Software einzusetzen und dabei erheblich Kosten einzusparen. Die Anwender erhalten zu einem äußerst attraktiven Preis die IBM DB2 Univsersal Database, den IBM WebSphere Application Server und Lotus Domino, also alle wichtigen Serverbausteine, die Unternehmen benötigen, um in einer Linux-Umgebung umfassendes eBusiness zu betreiben: Datenbank, E-Mail und Web Application-Server-Software.

http://www.ibm.at

IT-Sicherheit: Luxus oder unentbehrlich?

Sensible Daten im Unternehmen führen hierzulande immer noch ein gefährliches Dasein. Sicherheitskonzepte bieten Schutz gegen Datenverlust, Datendiebstahl und andere Katastrophen.

Stefanie Witta

„Oftmals sind Sicherheitsmaßnahmen auf das Installieren einer Firewall beschränkt. Manchmal gibt es Richtlinien für den sicheren Umgang mit Daten und IT-Systemen. Sicherheitskonzepte sind jedoch selten, Risikoanalysen nur in Ausnahmefällen vorhanden", ist Mag. Christoph Riesenfelder, Security und Privacy Consultant bei IBM Global Services besorgt.

Immerhin brächten erfüllte Sicherheitsvoraussetzungen auch Wettbewerbsvorteile, da Kunden einen guter Ruf als vertrauenswürdiger, verlässlicher Anbieter etwa bei E-Business oder Internet-Banking wohl zu schätzen wüssten. Ständige Verfügbarkeit, Vertraulichkeit und Integrität der geschäftskritischen Daten bilde Grundlage für die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens und müsste daher gesichert sein.

Mehrere Studien deuten darauf hin, dass die Unternehmen in den nächsten zwei bis drei Jahren ihre Ausgaben für Sicherheit um - je nach Studie - 25% bis 40% pro Jahr erhöhen werden. Um dieses Geld sollen zunehmend Dienstleistungen statt Produkte eingekauft werden. IT-Sicherheit wird dann zu einem großen Teil ausgelagert und es wird verstärkt auf externe Dienstleistungen, sogenanntes Consulting, zurückgegriffen. Gleichzeitig werden die Aufwände für Zugriffskontrolle und Monitoring sowie für die Behandlung von Sicherheitsvorfällen angehoben.

„Aber dem Management fehlt nach wie vor das Verständnis für Informations- und IT-Sicherheit," beklagt Riesenfelder, dass die Mittelverwendung nach dem Gießkannenprinzip langfristig ohne Wirkung und damit nicht zu rechtfertigen sei. Unternehmen, die ihre Informationssicherheit auslagern, laufen Gefahr, in eine Abhängigkeit zu geraten und damit ernste Sicherheitsprobleme zu bekommen. Zudem verursacht automatisiertes, umfassendes E-Business eine Reihe neuer Bedrohungen, denen u.a. durch automatisierte Sicherheitsvorkehrungen zu begegnen sei. Unternehmensübergreifende Kommunikation, etwa mit Lieferanten oder Kunden im Extranet machten es notwendig, einheitliche Sicherheitsstandards zu setzen. Als Bereiche, in denen Maßnahmen zu setzen sind, zählt der IBM-Sicherheitsexperte auf: Sicherheitspolitik, Sicherheitsorganisation, Klassifizierung von Vermögenswerten, Personalsicherheit, Physische Sicherheit der Daten, Sicherheit von Kommunikation und Betrieb, Zugriffskontrollen, Sicherheit bei Systementwicklun und -wartung, Aufrechterhaltung der Betriebsbereitschaft, Einhaltung von Sicherheitsvorschriften.

Den Führungskräften wird eine ganzheitliche Betrachtung des Themas empfohlen. Sicherheit ist ein Prozess und kein statischer Zustand. Verantwortlichkeiten sollten auf allen Ebenen festgelegt werden. Ebenso auf allen Ebenen sollten die Mitarbeiter für Sicherheitsfragen sensibilisiert werden. Die kritischen Informationsbestände und IT-Systeme müssen geortet und bewertet werden. Ein angestrebtes Sicherheitsniveau sollte für das Unternehmen fixiert und dann die eigene Branche im Auge behalten werden. Bedrohungsszenarien und ihre Relevanz für das Geschäft sollten genau beobachtet und aktives Risiko-Management betrieben werden. Vor allem aber mahnt Riesenfelder die heimischen Manager proaktiv und rational zu investieren und „überwachen und reagieren Sie".

http://www.ibm.at

Kein Grund zur Panik!

Das Siemens Car Kit Professional Voice II nennt Anrufer sowie Absender beim Namen

Die neue Version der Freisprechanlage von Siemens bietet eine ganze Palette innovativer Funktionen für anspruchsvolle und sicherheitsbewusste Autofahrer. Mit der optimierten Sprachsteuerung und Sprachausgabe ist das neue Car Kit als weltweit erstes Gerät in der Lage, den Namen eines Anrufers zu nennen sowie den Absendernamen von SMS-Nachrichten vorzulesen. Daneben kann es nun 150 Einträge im Telefonbuch speichern. Die automatische Lautstärkenregelung garantiert die bestmögliche Wiedergabe trotz ständig wechselnder Geräuschpegel im Auto.Die verbesserte Stimmerkennung erfolgt unabhängig von regionalen Akzenten und unterschiedlicher Aussprache. Neu ist auch die Voice-Memo-Funktion, mit der bis zu acht Minuten Nachrichten oder Gespräche aufgezeichnet werden können. Die sprachgesteuerte Bedienoberfläche ermöglicht dem Benutzer, das Car Kit mittels eines Schlüsselwortes zu aktivieren und die einzelnen Funktionen durch das Nennen einfacher Sprachbefehle wie „Telefonbuch" oder „Nachrichten" aufzurufen.

Die Suche von Telefonbucheinträgen geschieht einfach durch Namensnennung. Neu ist auch, dass mit dem Car Kit Professional Voice II Computer gestützte Dienste wie Telebanking per Sprache gesteuert werden können.Die herausragende Audioqualität wird durch Voll-Duplex (unterbrechungsfreie Zwei-Wege-Kommunikation), Echokompensation und die digitale Geräuschkontrolle garantiert. Das Car Kit Professional Voice II passt die Lautstärke des Lautsprechers automatisch an den aktuellen Geräuschpegel des Motors oder anderweitige Lärmquellen an und gewährleistet damit, dass die Sprache stets klar und deutlich zu hören ist.

ASP und Web-Hosting by Lotus

Die Lotus Collaboration Services ergänzen die bestehende ASP-Strategie von Lotus.

Sie umfassen Web Conferencing Services ebenso wie eine integrierte ASP-Lösung, die auf den Produkten Sametime und QuikkPlace basiert. Die beiden Produkte werden unter einer neu entwickelten Web-Benutzeroberfläche gebündelt, die in People (secure LDAP connection), Places (QuickPlace) und Meetings (Sametime) eingeteilt ist.

Lotus Sametime ist für die ortsunabhängige, synchrone Teamarbeit konzipiert. Anwender können damit gemeinsam und gleichzeitig an Dokumenten arbeiten und innerhalb von Arbeitsgruppen online kommunizieren. Mit Lotus QuickPlace können Unternehmen aller Größenordnungen eine virtuelle Arbeitsumgebung im Internet einrichten: etwa als Plattform für zeitlich befristete Projekte, bei denen Mitarbeiter Dateien, Diskussionsbeiträge, Planungsunterlagen oder Arbeitsaufträge austauschen müssen.Mit den Collaboration Service spricht Lotus zwei Zielgruppen an: Unternehmen sowie ISVs (Independent Software Vendors) und Application Service Provider. Unternehmen können einerseits eine integrierte ASP-Lösung abonnieren, mit der sie Funktionalitäten wie Instant-Messaging, eMeetings und virtuelle Arbeitsumgebungen nutzen können. Andererseits können sie diese gehosteten Funktionen als Module in ihre bestehenden Weblösungen integrieren.ISVs und Application Service Provider können diese gehosteten Module als Basis für die Entwicklung vertikaler, kundenspezifischer Weblösungen nutzen oder sie in bestehende Lösungen nahtlos integrieren. Diese Lösungen verfügen dann über die genannten Instant-Messaging, eMeetings oder virtuelle Arbeitsumgebungen.

http://www.lotus.at

„Der Coole“ 19-Zoll KSI-Serverschrank

Serverschränke beherbergen und schützen unternehmenswichtige IT-Systeme

Serverschränke sind Schutzschränke, in denen wichtige Komponenten wie Rechner untergebracht werden. In diesen sollte außer für den Server und eine Tastatur auch Platz für einen Bildschirm und weitere Peripheriegeräte vorhanden sein, damit Administrationsarbeiten vor Ort durchgeführt werden können. So ist zum Beispiel eine ausziehbare Tastaturlade wünschenswert, die in einer Höhe angebracht wird, dass der Administrator seine Arbeiten sitzend durchführen kann. Der Monitor soll sich, wie am Bürotisch, knapp darüber befinden. Bei größeren Providern werden bereits bis zu zehn Server per Schrank eingebaut und es ist klar, dass es gerade dort um höchste Ausfallsicherheit geht.

Für 100 Mbit- oder Gbit-Netze ist die 19“ Technik ein unbedingtes „Muss“. Diese Netze werden sternförmig verkabelt. Diese Kabelmengen lassen sich nur mit der 19“ Technologie ordentlich verstauen. Die Funktionalität von modernen Serverschränken wurden den Erfordernissen angepasst und bietet wesentliche Vorteile. Installationskosten werden reduziert, Systemleistung und Zuverlässigkeit wurden erhöht und der Schrank ist als ein aktives Element des Gesamtsystems, voll in das Netzwerk integriert.

Am wichtigsten für den störungsfreien Dauerbetrieb und die Datensicherheit sind:

- Eine optimale Klimatisierung. Zum Schutz der Hard- und Software muss die Wärmeabfuhr optimal funktionieren. Die Lebensdauer der Geräte - und die Lebensqualität des Verantwortlichen - steigt.
- Unbefugtes Hantieren muss vermieden werden
- Redundanz: Doppelte Netzteilsicherung, falls ein Netzteil ausfällt
- Eine unterbrechungsfreie Stromversorgung (USV)
- Schutz vor elektrostatischer Aufladung
- Abschließbare Vorder- und Rücktür
- EVM - Sicherheit

Die Vorteile

- Systemleistung und Zuverlässigkeit werden durch eine durchdachte Konstruktion gewährleistet.
- Installationskosten werden durch gezielte Kabelführungen und sinnvolles Zubehör reduziert.
- Gelochte Fächer und Wannen erhöhen den Luftdurchsatz und somit die Kühlung.
- Unser Standard- Serverschrank hat eine Tiefe von 900mm und kann dadurch nahezu alle handelsüblichen, zölligen, Server aufnehmen.
- Die 19“-Ebenen lassen sich stufenlos in der Tiefe verstellen.
- Eine verbesserte Netzwerkzuverlässigkeit und weniger Ausfälle durch Störungen.
- Kosteneinsparung von bis zu 30% des Schrankpreises.
- Über 80% der Stellfläche ist nutzbar für Einbauten oder Kabelführung.
- Durch formschöne Lochrastertüren ist der Schrank auch horizontal belüftbar (wirksame Lüftungsfläche rd. 2.200 qcm). Mit den horizontalen Belüftungsarten werden die Schränke auch dann noch kühl gehalten, wenn mehrere Server eingebaut sind. In diesen Fällen werden zusätzliche Lüfter in die Rückwand eingebaut, die entstandene Wärme direkt nach hinten abführen.

Wichtig für die Auswahl des optimalen Serverschrankes sind:

- Optimale Lüftung des Schrankes, vertikal oder in Sonderfällen, mit mehreren Servern im Schrank, auch horizontal
- Guter Schutz vor unbefugten Eingriffen, Schmutz und Staub
- Gutes Design, allseitig gute Zugängigkeit
- Montagebereiter Ausbau
- Große Auswahl des Zubehörs
- Gute Möglichkeiten der Kabelzuführung und Innenverdrahtung
- Teleskopauszugschienen, z.B. für Server und Tastatur
- Kippsicherung, die das Kippen des Schrankes nach vorne verhindert
- Leichte Installationsmöglichkeit und Wartung der Geräte
- Anpassungsfähige Varianten, je nach Bedarfsfall
- Schnelle Lieferzeit und günstiger Preis

KSI
Tel. +43-1-61096-0
ksi@ksi.at
http://www.ksi.at

Neue Generation der Transmission Technology: SDSL

Noch mehr Übertragungsleistung entringt die Datentechnik AG dem guten alten Kupferkabel. Die jüngste Eigenentwicklung, G.SHDSL, feierte in Wien Weltpremiere.

Stefanie Witta

Für professionelle Lösungen für Businesskunden hat Datentechnik ein symmetrisches Übertragungsverfahren entwickelt, das sich durch feine Skalierbarkeit der Datenrate auf der Leitung und damit verbunden entsprechender Flexibilität in den Reichweiten auszeichnet. SDSL, eine Weiterentwicklung von HDSL, gewinnt an Bedeutung, wenn nun verschiedene Netzbetreiber ihre Dienste auf dem gleichen Kabel realisieren wollen. Mit dem neuen symmetrischen Übertragungsverfahren ist es möglich, im gleichen Band ISDN mit zu übertragen, ohne dafür die 2Mbit/sek Datenrate zu beeinträchtigen. Upstream und Downstream bieten die gleiche Bandbreite und damit zuverlässliche und ausreichende Übertragungsqualität für Geschäftskunden.Aufgrund der außerordentlichen Verträglichkeit mit anderen DSL-Technologien kann SDSL mit diesen gemeinsam auf einem Kabel betrieben werden. Dieser Umstand ist in Anbetracht der Unbundlingsituation und der Tatsache, dass viele verschiedene Betreiber die Kabel der „last mile" gemeinsam verwenden, besonders wichtig. Die gegenseitige Beeinflussung konnte bei SDSL stark verringert werden. So lassen sich auf einem Kabel mehr Strecken realisieren als mit anderen DSL-Techniken.SDSL benötigt für die Übertragung von 2 Mbit/sek nur ein Adernpaar, während die bei uns zur Zeit übliche HDSL-Technik für die gleiche Bandbreite 2 Adernpaare beansprucht. Damit halbiert sich der Mietaufwand für die Leitungen. Sollte nun ein angeschlossener Teilnehmer nicht die vollen 2 Mbit/sek in Anspruch nehmen, so reduziert sich damit auch die Bandbreite auf der Leitung und damit der Störbelag am Kabel, während HDSL auf der Leitung immer die volle Bandbreite belegt hatte. „Der intensive Kontakt mit unseren Geschäftskunden zeigte uns schon frühzeitig den Bedarf nach der SDSL-Technologie auf", freut sich Vorstandsdirektor DI Christian Altzinger, dass dieser Wissensvorsprung es ermöglichte, in der Entwicklung gleich von HDSL auf SDSL zu setzen.

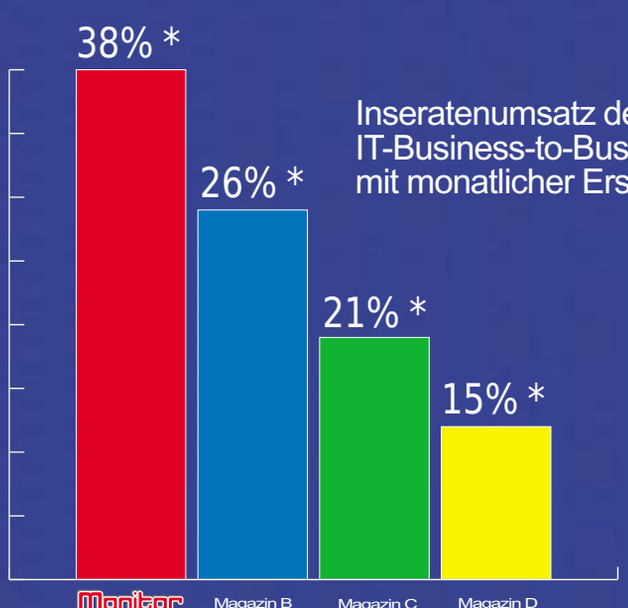
Die Ergebnisse der ersten beiden Quartale des Geschäftsjahres fielen ebenfalls zur Zufriedenheit aus und übertreffen die Planwerte von 70 Mio Euro Konzernumsatz und einer Exportquote von 70. Damit bestätigte sich die Ende 2000 begonnene Konzentration auf die Kernkompetenzen und eine Ausweitung des Dienstleistungsangebotes der Datentechnik AG. Im vergangenen Jahre wurde die Unternehmensgruppe zu einem Konzern mit den 100%igen Tochterunternehmen in Deutschland, der Schweiz, den Niederlanden, Polen, Tschechei, Ungarn und den GUS-Staaten zusammengeführt. Gemeinsam mit den Vertriebspartnern in Großbritannien, Italien, Belgien und Saudi Arabien sowie Indonesien wurde 70% des Konzernumsatzes im Ausland erwirtschaftet. Eigentümer der Datentechnik AG sind die paneuropäische Private Equity Gruppe Triton und das Management. Das österreichische Telekommunikationsunternehmen zählt europaweit zu den führenden Anbietern von Netzwerkeinrichtungen und Netz-Management-Lösungen für Telekommunikationsbetreiber und Unternehmenskunden.

http://www.datentechnik.at

Setzen auch Sie auf den Marktführer!

Monitor

Das Magazin für Informationstechnologie
http://www.monitor.co.at



Inseratenumsatz der österreichischen IT-Business-to-Business-Fachmagazine mit monatlicher Erscheinungsweise

* .. Marktanteil nach Inseratenumsatz 2000 (lt. unabhängiger Marktanalyse)

Für IHREN erfolgreichen Werbeauftritt kontaktieren Sie bitte das MONITOR-Team unter 01/740 95 DW 410, Fax-DW 425, verkauf@monitor.co.at

Verlag Bohmann
Ein Magazin der Bohmann Gruppe

Training on the Net mit NetOp School V2

Die neue Version 2.0 enthält Funktionen, die besonders für Schulungen über WAN- und Internetverbindungen ausgerichtet sind. Aber auch für den klassischen Schulungsraum wurden interessante Features eingebaut.

◆ **Aufgaben austeilen**
Der Trainer kann auf Knopfdruck Dokumente wie z.B. Aufgaben, Beispiele oder Übungen an die Teilnehmer verteilen. Die Teilnehmer können sofort mit der Übung beginnen.

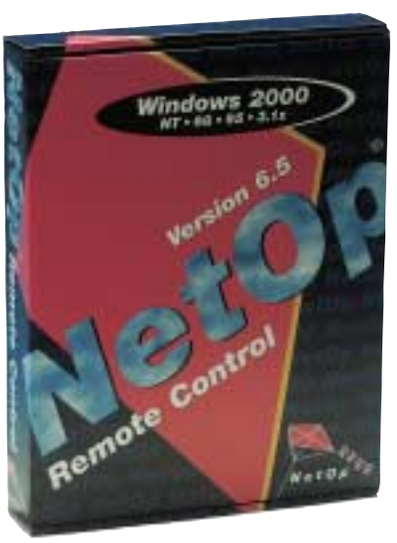
◆ **Lösungen einsammeln**
Nach Ablauf der Übungsfrist kann der Trainer den aktuellen Stand der Dokumente einsammeln, wobei automatisch für jeden Teilnehmer ein eigenes Unterverzeichnis für dessen Dokumente am Trainer PC angelegt wird.

◆ **Erweitertes Monitoring**
Für alle Teilnehmer werden „Thumbnails" der Bildschirme am Trainer PC angezeigt. Ein virtueller Rundgang mit kurzer Anzeige des Gesamtbildschirms jedes Teilnehmers ist weiterhin möglich

◆ **Internet Training**
Ein zentraler Classroom-Server verwaltet virtuelle Schulungsräume und bietet die zentrale Anlaufstelle für die Teilnehmer, die entweder direkt einer Trainingseinheit zugeordnet werden können oder aus der Warteliste vom Trainer in seine Einheit geholt werden. Für die Kommunikation stehen sowohl Text als auch Audio Chat zur Verfügung.

Schnelle Hilfe durch Helpdesk mit NetOp

Der laufende Betrieb eines Unternehmens soll durch neue Produkte oder neue Versionen bestehender Produkte immer effizienter funktionieren. Wie die Geschichte zeigt, ändert das Werkzeug Software dabei häufiger als uns lieb ist, die Schnittstelle.



Erinnern Sie sich noch in welchem Untermenü in einer Vor-Version Ihrer Textverarbeitung der Punkt „Formatvorlage" - oder hieß das damals „Textformat ?" - zu finden war. Jede dieser Änderung bedeutet eine Umgewöhnung und somit auch hohen Zeitverlust durch umfangreiches Experimentieren und Lernen der geänderten Oberfläche.

Remote Control - Basis effizienter Hilfe

Damit dieser Umlernprozess auch während Rollout-Phasen zu keiner Beeinträchtigung der Tagesarbeit führt, wird von Helpdesks immer häufiger NetOp Remote Control als unterstützendes Werkzeug eingesetzt. Der Helpdeskmitarbeiter kann dem Anwender die neue Arbeitsweise am eigenen Bildschirm ad hoc vorzeigen und erklären.

Zeigen statt Reden

Ambitionierte, aber meist mühselige Erklärungsversuche wie „Das vierte Icon von links, in der zweiten Reihe - das mit den zwei waagrechten Strichen - neben dem Lineal....." entfallen. Anstelle dessen tritt das Markierungswerkzeug, das dem Helpdesk ermöglicht, mit Linien, Pfeilen oder Kreisen die interessanten Stellen am Bildschirm zu markieren. Durch ein spezielles Komprimierungsverfahren und Übertragung der Grafikbefehle anstelle von Bitmaps reduziert sich die Wartezeit beim Bildschirmaufbau nach Mausklicks oder Fensteränderungen auf ein Minimum. Für den Helpdesk ergibt sich dadurch ein flüssiges Arbeiten. Die Remote Control Software in Systems Management Paketen bietet kaum die notwendige Geschwindigkeit und Funktionsumfang, wie er von professionellen Helpdesks benötigt wird.

Schnelle Kontaktaufnahme

Das bewährte „Help Request"-Feature sorgt dafür, dass der Benutzer schnell an der richtigen Hilfestelle landet. Helpdeskmitarbeiter definieren in NetOp ihre fachliche Zuständigkeit wie zum Beispiel „Office Anwendungen" oder „SAP-Lager". Ein Hilfe suchender Anwender klickt auf „Hilfe anrufen" und NetOp zeigt eine Liste der verfügbaren Hilfedienste. Über eine zusätzliche Textzeile kann der Anwender eine kurze Beschreibung an den Helpdesk übermitteln (z.B. „Buchen von Kommissionsware nicht möglich"). Der automatisch alarmierte Helpdeskmitarbeiter kann über Mausklick sofort den Bildschirm übernehmen und Hilfe geben. Für den Anwender entfällt die Suche nach dem „zuständigen" Supportmitarbeiter und der Helpdesk erspart sich den Namen des PC zu ermitteln, vor dem der Hilfe Suchende sitzt.

Bezugsquelle und kostenlose Testversion
STADLER EDV - Dienstleistungs- und Handelsges.m.b.H
Tel.: 01/865 39 90-0
office@netop.co.at
http://www.netop.co.at

Mit der zwangsweisen Registrierung von Windows XP wird das Umsteigen auf ein anderes, kostenloses Betriebssystem immer attraktiver. Wir haben den Wechsel zu Linux für Sie ausprobiert.

Adolf Hochhaltinger

Linux ins Office - Die Alternative?

Windows hat heute als Betriebssystem einen weltweiten Siegeszug hinter sich. Mit Windows arbeiten so viele Menschen wie mit keinem anderen Betriebssystem dieser Welt - eine beispiellose Erfolgsstory. Trotzdem soll bereits das nächste Windows - „Windows XP" - mit einem neuen Sicherungsmechanismus ausgestattet werden.

Windows XP muss nach der Installation durch eine spezielle „Registrierung" mit der Hardware des betreffenden Rechners verknüpft werden. Das Installieren dieser Windows-Version auf einem anderen Rechner (z.B. beim Kauf eines neuen PCs) geht dann generell nicht mehr. Und ohne diese Registrierungsprozedur verweigert das neue Windows nach 30 Tagen plötzlich seine Arbeit.

Allerdings ist Windows inzwischen längst nicht so unersetzlich, wie Microsoft vielleicht glauben mag. Alternativen dazu gibt es bereits seit längerer Zeit - und sie haben sich inzwischen weltweit bewährt.

Für viele heißt bereits jetzt die Antwort auf die teilweise umstrittene Marktpolitik von Microsoft: „Linux". Dieses auf Unix basierende Betriebssystem wurde anfangs von Studenten entwickelt, die ein besonders sicheres, stabiles und vor allem kostenloses Betriebssystem für den eigenen Gebrauch schreiben wollten.

Das gelang so gut, dass Linux heute auf den Universitäten ein weltweiter Standard ist, es gibt inzwischen ein riesiges Softwareangebot dafür und immer mehr Programme kommen dazu. Sogar das Marsfahrzeug („Sojourner") der NASA wurde mit einem Linux-Betriebssystem gesteuert. Das Beste aber: Die Politik der kostenlosen und freien Software blieb bis heute weitgehend erhalten, sowohl das Betriebssystem selbst als auch die meisten Anwenderprogramme sind auch heute immer noch kostenlos. Darunter findet sich auch eine ausgereifte grafische Benutzeroberfläche, es gibt sie - anders als bei Windows - gleich in verschiedenen „Geschmacksrichtungen" (sprich: Designs).

Zu schwierig für Laien?

Schwierig war anfangs vor allem die Installation eines solchen Systems, denn Informatiker schreiben zwar sensationell gute Programme, sie haben allerdings für eine komfortable (und vor allem „idiotensichere") Installation wenig übrig - warum auch, sie kennen „ihr" System ja ohnehin bis in den letzten Winkel.

Hier schlug die Stunde der Distributoren. Sie schnürten ein Bündel aus dem Betriebssystem samt allen Dokumentationen, dazu kamen viele weitere Hilfsprogramme - und versahen das Ganze mit einem einfachen Installationsprogramm, ähnlich jenem von Windows.

Das Ganze wurde und wird als „Distribution" verkauft, wobei die Software selbst weiterhin gratis ist. Der Preis - meist zwischen fünfhundert und eintausend Schilling - wird nur für das Zusammenstellen der Programme, das Herstellen der CD-ROMs (eben der ganzen „Distribution") und für das ebenfalls beiliegende dicke Handbuch verrechnet. Diese Methode war und ist recht erfolgreich, heute gibt es mehr Linux-Rechner auf der Welt als Apple-Computer.

Der „Selbstversuch"

Wir wollten es wissen: Ist Linux heute bereits eine brauchbare Alternative für Windows? Dazu werden wir Linux auf einem (Windows-) PC als zweites, zusätzliches Betriebssystem installieren. Dann werden wir versuchen, all die Dinge, die wir bisher unter Windows getan haben, eines nach dem anderen nun auch unter Linux zu tun.

Der erste Schritt war die Wahl der Distribution. Vor allem zwei Anbieter konnten sich weltweit durchsetzen: im englischsprachigen Raum ist „Red Hat" wohl unangefochtener Marktführer, beim Umgang mit dieser Distribution sind jedoch gute Eng-

lischkenntnisse erforderlich.

Die zweite weltweit verbreitete Distribution - „SuSE“ - kommt ursprünglich aus Deutschland und zeichnet sich durch eine vollständige deutsche Dokumentation aus. Vor allem die Menge der zusätzlich (und ebenfalls kostenlos mitgelieferten) Software war Grund genug, uns hierfür zu entscheiden.

Das Abenteuer beginnt

Mit dem Kauf der „Personal Edition“, Version 7.1 (seit Mitte Juni aktuell: 7.2.) von SuSE Linux (Gesamtkosten: 580,- Schilling inkl.MwSt.) beginnt das Experiment. In der Schachtel finden sich zwei Disketten - beschriftet mit „Boot Disk“ und „Modules“ - und drei CD-ROMs im Pappetui. Dazu ein dickes Handbuch sowie ein kleines „Quick Start“-Heftchen, dessen Hinweise für die ersten Schritte auch tatsächlich völlig ausreichend sind.

Vor der ersten Installation sei der künftige Anwender noch darauf hingewiesen, das Linux über die Hardware im Gerät - welche Grafikkarte, wieviel Speicher, welcher Monitor, usw. - oft eine ganze Menge wissen will. Man tut also gut daran, sich die technischen Beschreibungen und Unterlagen des PCs und auch des Internet-Providers (und am besten auch dessen Hotline-Nummer) sicherheitshalber schon einmal bereitzulegen.

Dann aber ist es soweit: Die Linux-Bootdisk wird in das Diskettenlaufwerk geschoben, die erste CD-ROM in das CD-ROM Laufwerk eingelegt und der Rechner neu gestartet. Das Abenteuer beginnt...

Unsere Hardware

Als Hardware haben wir absichtlich einen nicht mehr ganz neuen PC gewählt (AMD K6 mit 200 MHz und 64 MB RAM), schließlich muss ein gutes Betriebssystem auch auf älteren Geräten noch klaglos funktionieren. Dafür haben wir dem PC eine zweite Festplatte spendiert - schließlich sind wir Linux-Neulinge und wollen vermeiden, dass wir mir einem für uns fremden Betriebssystem auf unserer Windows-Festplatte „umrühren“ (sprich: neu partitionieren) müssen; hier wären uns die Konsequenzen einer eventuellen Fehlbedienung zu gravierend - auch wenn dies eine der Möglichkeiten darstellt, die das Installationsprogramm ausdrücklic vorsieht und unterstützt.

Statt dessen wird die zweite Festplatte auf „Slave“ gejumpert und an das gleiche Flachbandkabel angeschlossen wie die erste Festplatte, diese wird per Jumper auf „Master“ eingestellt. Für die Wahlmöglichkeit, welches System nun jeweils gestartet werden soll, wird Linux sorgen.

Es geht los...

Dann aber ist es soweit: Die mitgelieferte Linux-Bootdisk wird in das Diskettenlaufwerk geschoben, die erste CD-ROM in das CD-ROM Laufwerk eingelegt und der Rechner neu gestartet. Die gesamte Installation verläuft menügesteuert und wir verwenden weitestgehend die vorgegebenen Einstellungen. Bloß bei der Wahl, wohin denn der Boot-Loader gespeichert werden soll, entscheiden wir uns für den MBR (Master Boot Record) auf unserer ersten (Windows-) Festplatte und nicht für die vom Programm vorgeschlagene Möglichkeit, diesen Lader auf eine Diskette zu kopieren und damit Linux ausschließlich per spezieller Bootdiskette zu starten.

Wer allerdings auf seiner Windows-Festplatte überhaupt keine Änderung duldet, dem sei diese Möglichkeit des Disketten-Starts ans Herz gelegt. Denn diese - an sich etwas umständliche - Startzeremonie, bei der für Linux jedesmal diese Linux-Startdiskette ein-

So wird der Windows-User erfasst

Die Registrierung ist auf zwei Wegen möglich: per Telefon oder direkt via Internet.

Aus der individuellen Hardwarekonfiguration dieses Rechners und einer Formel, die ausschließlich Microsoft kennt, entsteht eine lange Zahlenkolonne, die der Anwender dann telefonisch an die Registrierungsstelle von Microsoft durchgeben kann. Im Gegenzug erhält er eine andere Zahlen- und Buchstabenreihe, mit der er sein Windows XP freischalten kann - allerdings ausschließlich auf diesem einen Rechner. Vergisst er auf das Registrieren, so stellt Windows XP nach etwa einem Monat seine Funktion ein. Bei der Registrierung via Internet wird generell eine weitaus größere Menge an Bits und Bytes übermittelt - noch dazu verschlüsselt. Was da alles an privaten Daten des jeweiligen Anwenders übertragen werden könnte, bleibt der Kontrolle des Anwenders entzogen. Zwar versichert Microsoft, dass hier nur anonyme Daten übermittelt werden, aber schon einmal wurde eine solche Behauptung widerlegt: Immerhin wurden bei der Online-Registrierung einer früheren Windows-Version sehr wohl auch eine Reihe privater Daten des jeweiligen Anwenders mit übertragen, sogar dann, wenn der Anwender die Checkbox „keine privaten Daten übermitteln“ ausdrücklich angeklickt hatte, wie Spezialisten des Computer Chaos Club schließlich beweisen konnten. Auch aus diesem Grund raten Sicherheitsspezialisten nun ausdrücklich zur telefonischen Registrierung, auch wenn es umständlicher sein mag. *(ah)*

gelegt werden muss, bringt für den Anwender einen Vorteil: Wenn er die (zweite) Linux-Festplatte entfernt, hat er sein originales Windows-System wieder, und zwar völlig unverändert.

Bei der von uns gewählten Variante dagegen ist dort der MBR (Master Boot Record) der Windows-Festplatte modifiziert und startet nun mit der Frage, ob Linux oder Windows starten soll. Aber dafür brauchen wir zum Starten keine Diskette. Beides sind aber auf jeden Fall erprobte und funktionierende Lösungen.

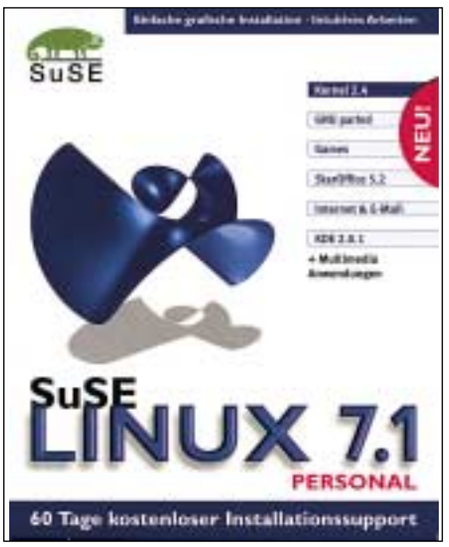
Die Einstellungen

Bei der weiteren Installation werden wir nach Land, Sprache und Zeitzonen gefragt, alles wird komfortabel per Mausklick aus einer Liste ausgesucht. Es wird auch abgefragt, mit welchem Namen wir uns später einloggen wollen, und unser Passwort dazu. Als Art der Installation gibt es mehrere Wahlmöglichkeiten, von der Minimalversion - fast gar nichts - über die Standardinstallation bis zur Gesamtinstallation von allem, was die CD-ROMs nur hergeben.

Da wir mit dem PC später auch die normalen Büroarbeiten durchführen wollen, wählen wir die Installation „Standard und Office“; wer auf seinem PC auch Büroarbeit erledigen möchte, ist mit dieser Einstellung am besten dran.

Der letzte Punkt ist der Monitor. Wer seine Monitor in der Liste der Fabrikate findet, braucht ihn nur anzuklicken. Sonst wählt man einfach den Monitor „VESA“ und die gewünschte Auflösung.

Wer es sich zutraut, kann dann mit den Angaben für Bildfrequenz (in Hz) und Zeilenfrequenz (in kHz) noch ein wenig experimentieren. Kommt dann kein gutes Bild, so genügt ein Druck auf die „ESC“-Taste und man ist wieder im Menü, ändert die Einstellungen und kann weiter probieren.



Fast fertig

Damit ist die eigentliche Installation auch schon beendet, man kann sich auch noch das Protokoll der Installation ansehen.

Als allerletzten Punkt geht es noch um die Installation des Druckers (welche Schnittstelle, welches Fabrikat und welche Type). Auch hier geht die Auswahl des richtigen Druckers aus einem Menü per Mausklick, als Test wird die Meldung „hallo world!“ ausgedruckt - lakonisch, aber für einen Funktionstest sicher ausreichend.

Für nicht gefundene Druckermodelle gibt es unter „Generic“ übrigens einen universellen Treiber, der in der Regel funktioniert und bei dem man die Parameter bei Bedarf auch einzeln einstellen kann.

Hier gilt übrigens: Wenn in dem Fenster bereits das richtige Fabrikat steht, so hat das Installationsprogramm dies bereits selbständig herausgefunden und das betreffende Gerät installiert.

Auch die Soundkarte und - falls vorhanden - die Netzwerkkarte können nun konfiguriert werden. Dazu muss man, falls man via TV-Kabelmodem am Internet hängt, die IP-Adressen des Internet Providers, des Gateways und des Name Servers parat haben; notfalls kann man diese Dinge aber auch von der Hotline seines Providers erfragen.

Was bei unserem Modellfall einer Linux-Installation übrigens noch nicht auf Anhieb funktioniert hat, war der Zugriff auf den CD-Brenner und auf die Windows-Festplatte. Da allerdings diese Punkte bei uns nicht die alleroberste Priorität genießen, verschieben wir die Lösung dieses Problems zunächst auf später.

Es ist geschafft!

Aber immerhin ist es geschafft: Es erscheint ein Fenster mit der Aufforderung zum Einloggen - wahlweise als „root“ oder als normaler User. Zugleich kann man hier den Fenstermanager wählen, wir entscheiden uns für „KDE“ (Alternativ hierzu könnte man auch „Gnome“ wählen, es ist eine andere, ähnliche grafische Oberfläche - doch davon später).

Danach haben wir unser erstes „Erfolgserlebnis“: es gibt einen funktionierenden Desktop. Wie man nun damit umgeht, damit befassen wir uns in der nächsten Folge. *(Fortsetzung folgt)*

Einloggen und Passwort

Bei Linux muss man sich als Erstes anmelden - warum?

Linux kann als professionelles System auch mehrere Anwender gleichzeitig „verkraften“. So muss sich jeder Anwender im System erst einmal ausweisen, er muss sich mit seinem Usernamen anmelden („einloggen“) und durch ein Passwort bestätigen, dass er es wirklich ist.

Daraufhin weist Linux ihm seine individuellen Zugriffsrechte zu, er kann beispielsweise als Einziger auf die Files in seinem „home/[username]/“ Verzeichnis zugreifen, seine individuellen Einstellungen wie z.B. Hintergründe, Bildschirmschoner, Farben, Mausverhalten etc. verändern. Auch die Verzeichnisse anderer User kann er nicht öffnen, geschweige denn dort Files lesen oder gar bearbeiten.

Von dieser Beschränkung ausgenommen ist einzig und alleine der System Administrator (er muss sich mit dem Usernamen „root“ einloggen). Und „root“ darf buchstäblich „alles“.

Dementsprechend ist es auch nicht ratsam, unter Linux ständig als „root“ zu arbeiten, denn sonst kann man sich recht schnell selbst ein Bein stellen, indem man beispielsweise ein vermeintlich nutzloses File löscht oder mit einem Konfigurationsprogramm oder -file zu sorglos herumspielt. Falls man dagegen als normaler User (z.B. als „karl“ oder „franz“) auf eines dieser „heiklen“ Files zugreifen will, passt Linux selbst auf sich auf und lässt dies erst gar nicht zu. Und wenn man als normaler User einen Fehler macht, dann kann man dies - kurz als „root“ eingeloggt - leicht wieder reparieren. Schon aus Sicherheitsgründen sollte man sich daher bei der „regulären“ Arbeit immer als normaler User (und nicht als „root“) einloggen. Nur in Ausnahmefällen, wenn beispielsweise neue Software installiert wird oder Details in der Konfiguration des Rechners verändert werden müssen, soll man sich als „root“ einloggen - und dies auch nur so lange, wie es unbedingt notwendig ist. Dann kann kaum etwas Gröberes passieren, und man geht vielen Fehlermöglichkeiten von vornherein aus dem Weg.

Wem es übrigens zu mühsam ist, sich jedesmal mit Passwort auszuweisen, der kann sein System auch so einstellen, dass er nur als „root“ ein Passwort braucht - dann genügen zwei Mausklicks, um das System als normaler User zu starten. *(ah)*

Dass die sprichwörtliche Garage als Ausgangspunkt für ein erfolgreiches Softwareunternehmen nicht immer nur in Amerika stehen muss, sondern auch in der Steiermark zu finden ist, beweisen Guido Strohecker und Peter Remitz. Weit ab von der Großstadt entfernt haben sie in Bruck an der Mur eine Software entwickelt, die uns das Büroleben erleichtern soll.

Christian Henner-Fehr

untermStrich - die ideale Mischung für das Büro

„untermStrich ist eigentlich aus der Not heraus geboren", erinnert sich Strohecker, der Mitte der neunziger Jahre in einem Grazer Architekturbüro arbeitete. Fehlende Aufträge, lästige Büroarbeit, die keiner machen möchte, all das ließ Strohecker nach Alternativen suchen. Kleine Programme, die ursprünglich für den Eigenbedarf gedacht waren und die Büroarbeit vereinfachen sollten, bildeten den Ausgangspunkt für das Duo Strohecker und Remitz. „Wir wollten ein Programm entwickeln, das uns Informationen über die jeweils laufenden Projekte liefern kann", so Strohecker. Projektorientiertes Arbeiten heißt das Zauberwort. „Mit unserer Software können wir dem Kunden ein Höchstmaß an Transparenz, Effizienz und Vereinfachung im Verwaltungsablauf seines Projektes garantieren", fährt Strohecker fort. Interessant ist diese Software für alle, die in projektorientierten Strukturen arbeiten. Und das werden immer mehr, denn die Zeit der hierarchischen und unflexiblen Strukturen ist vorbei, projektbezogenes Arbeiten hält Einzug in die Büros.

Die Software besteht aus einem Grund- und verschiedenen Einzelmodulen. Im Grundmodul lassen sich nicht nur die Stammdaten jedes einzelnen Projektes aufnehmen, sondern auch der projektbezogene Arbeitsaufwand der Mitarbeiter kann genau erfasst werden. „Mit Hilfe dieser Daten", so Strohecker, „ist dann jederzeit eine Projektauswertung möglich. Der Kunde erkennt Fehlentwicklungen schon frühzeitig und hat die Möglichkeit darauf zu reagieren." Die Projektauswertung erlaubt neben einer Kostenstellenauswertung unter anderem auch den Soll-Ist Stundenvergleich der Mitarbeiter oder die Ausgabe betriebswirtschaftlicher Kenngrößenangaben. Sehr praktisch auch die Aufstellung und Übersicht sämtlicher angefallener Reise- und Nebenkosten. Wem das noch nicht reicht, der sollte sich die Einzelmodule „zeit + termin", „dokument + adresse", „cash + rechnung" und „info + projektdaten" ansehen. Ob Terminplanung, Schriftverkehr, Honorar- oder Datenverwaltung, die Software bietet entsprechende Lösungen an. Trotzdem müsse der User nicht auf seine ihm vertraute Software verzichten, betont Strohecker, denn es gebe Schnittstellen zu allen gebräuchlichen Programmen wie Word, Winfax oder Exchange. Auch Apple-User können ab nächstem Jahr mit der Bürosoftware arbeiten, „auf vielfachen Kundenwunsch", wie Strohecker betont. Große Erwartungen richten sich aber vor allem auf eine Internetbasierende Version, die ebenfalls für nächstes Jahr geplant ist. Hier werde es dann auch möglich sein, fremdsprachige Versionen anzubieten, was bis jetzt an der Komplexität der Programmierung gescheitert sei, so Strohecker.

Mit der bisherigen Entwicklung sind Remitz und Strohecker zufrieden. Man sei nicht nur Markführer in Österreich, sondern könne gleichzeitig auch auf ein hohes Maß an Kundenzufriedenheit verweisen, betont Strohecker, der als einer von zwei Geschäftsleitern für den Marketingbereich zuständig ist. Diese führt er darauf zurück, dass zum einen die Software sehr praxisorientiert sei und auf Erfahrungen basiere, die sie selbst gemacht hätten. Zum anderen sei es aber das Anliegen des Unternehmens, dem Kunden nicht nur Software zu verkaufen, sondern ihm auch Unterstützung anzubieten, wie er diese sinnvoll für sich verwenden könne. Denn, so Strohecker, „eine gute Software führt nicht automatisch zu den gewünschten Resultaten." So gehen die Schulungen, die immer wieder angeboten werden, mehr in Richtung Beratung. Strohecker vermisst vor allem das projektbezogene Denken und versucht deshalb, diese Schiene noch weiter auszubauen. Nachdem bereits Veranstaltungen zusammen mit der Wirtschaftskammer stattgefunden haben, sind nun weitere Kooperationen vor allem mit Seminarveranstaltern geplant. „Außerdem bieten wir auf unserer Website ein Forum an, in dem die Kunden mit uns kommunizieren und Fragen an uns richten können", verweist Strohecker auf ein weiteres Angebot. Der Erfolg in Österreich bedeute aber nicht, dass man sich nun zufrieden zurücklehne. Remitz und Strohecker sind auf den Geschmack gekommen und basteln an ihrer Zukunftsstrategie. Mit dem Einstieg in den deutschen Markt habe man den ersten Schritt hin zur Eroberung des europäischen Marktes getan. „Langfristig schwebt uns aber durchaus ein weltweiter Vertrieb vor", beschreibt Strohecker das Ziel des Unternehmens. Umsatzsteigerungen von 300 bis 400% haben das Duo nicht abheben lassen. Angebote zur Übernahme wurden bis jetzt abgelehnt und auch der Einsatz von Risikokapital wurde bis jetzt nicht ernsthaft in Erwägung gezogen. „Bisher erfolgte die Finanzierung ausschließlich durch Eigenmittel oder die Bank", so Strohecker. „Falls es notwendig ist, werden wir aber auch andere Möglichkeiten, zum Beispiel Risikokapital, in Erwägung ziehen", zeigt sich Strohecker flexibel. So wird in Bruck an der Mur mit großem Elan und Engagement daran gearbeitet, den weltweiten Markt zu erobern und gleichzeitig den guten Ruf österreichischer Software in die Welt hinauszutragen. Eigentlich schade, dass die Ursprünge des Unternehmens nicht wirklich in einer Garage liegen.

http://www.ustrich.com

Wenn man sich ein Notebook kauft, will man nicht zu viel Geld ausgeben, aber trotzdem ein ordentliches Werkzeug erhalten, mit dem man seinen Desktop-PC vollständig ersetzen kann. Mit dem neuen TravelMate 202TE sparen Sie sicher nicht am falschen Platz.

Hannes Jansky

Gute Figur
Idealer Notebook-Einstieg mit Acers TravelMate 202TE

Die Klasse der Notebooks kann man grob in drei Teile auseinanderbrechen. Am oberen Ende liegen die Spitzenmodelle, von denen wir alle träumen und die über all die wunderbaren Funktionen verfügen, die wir schon immer benötigt haben. Und noch dazu fast nichts wiegt. Leider bleibt es beim Träumen, denn im Preis zeigt sich der Unterschied. Am unteren Ende der Palette liegen die Einsteigermodelle, die zwar preislich attraktiv, aber leistungs-, gewichts- oder ausstattungsmäßig immer mit Vorsicht zu betrachten waren. Bleiben in der Mittelklasse jene Geräte, die die nötige Leistung bieten und in etwa 3 kg wiegen.

Seit einigen Monaten stellt sich die Betrachtung anders dar. Während am Desktop-Sektor die Leistungsgrenze, die für einen normalen PC benötigt wird, bereits vor mehr als einem Jahr überschritten wurde und ich hier nur jedem raten kann, den schwächsten Prozessor - allerdings mit genügend Speicher und eventuell einer schnellen Festplatte - anzuschaffen, ist die Entwicklung bei Notebooks erst jetzt dort angelangt. Achtung: Zwischen Notebooks und Desktop-Computern ist ein Vergleich der Prozessortaktfrequenzen nur bedingt zulässig. Notebooks sind in praktisch allen Fällen langsamer, was viele Ursachen hat. Einerseits die Optimierung des Prozessors und des Gesamtsystems hin zu wenig Energieverbrauch, andererseits bringt die Miniaturisierung zum Beispiel bei Festplatten mit sich, dass die Leistungswerte gegenüber den großen Verwandten massiv einbrechen. Und das spürt man bei jedem modernen Betriebssystem.

Doch zurück zu unserem Testnotebook. Das erste, was am TravelMate 202TE auffällt, sind die sanft geschwungenen Formen. Farblich hat sich Acer nichts Neues einfallen lassen, das Notebook ist wie viele seiner Kollegen dunkelgrau. Im Inneren arbeitet ein mobiler Celeron von Intel bei 650 MHz. Er greift im Testgerät auf 128 MB Hauptspeicher zu, was wohl das Mindeste darstellt - und das auch in Zusammenhang mit Windows Millennium, mit dem das Notebook ausgeliefert wird. Die Festplatte ist mit 5 GB etwas gering dimensioniert, bei genauerer Überlegung reicht sie aber völlig aus, alle typischen Anwendungen und auch noch ein paar MP3s für unterwegs aufzunehmen. Die selbst erstellten Word- oder Excel-Dateien fallen dabei sicher nicht ins Gewicht. Diskettenlaufwerk und 24fach CD-ROM-Laufwerk sind ebenso Standard wie das eingebaute 56k-Modem, das den mobilen Zugriff auf Mail und Internet ermöglicht.

Das 13,3 Zoll große TFT-Display stellt 1.024 x 768 Bildpunkte dar, was zwar kein Luxus, aber für typische Büroanwendungen durchaus ausreichend ist. Zum Einschalten muss man einen kleinen, gummierten Hebel an der linken Seite ziehen und ca. eine Sekunde halten, was gegenüber dem Drücken eines Knopfes den Vorteil hat, dass dies sicher nicht unabsichtlich geschieht. Die dunkle Tastatur ist angenehm groß, besonders positiv sticht die tiefe Handauflage, die man wirklich als solche bezeichnen kann, ins Auge.

Alles vorhanden

Das Diskettenlaufwerk ist an der Vorderseite untergebracht, ebenso wie der Akku. Das CD-ROM-Laufwerk rechts hinten kann optional gegen ein DVD- oder CD-RW-Laufwerk getauscht werden. An der linken Seite befinden sich vorne die üblichen Audiobuchsen (Line-In, Line-Out und Mikrophon) ebenso wie ein von eins bis zehn markiertes Rad zur Lautstärkeregelung. Zwei PCMCIA-Einschübe sind ebenso wie PS/2, serielle, parallele oder zwei USB-Schnittstellen vorhanden. Neben dem RJ11-Anschluss für ein Telefonkabel verbirgt eine Abdeckung den - optional erhältlichen - Netzwerkanschluss.

Als Betriebssystem wird MS Windows Millennium geliefert, allerdings - wie es Microsoft will - nur in Form einer Recovery-CD, was die Nachinstallation von Komponenten oder die Reparatur des Systems auf ein digitales „Zurück an den Start" reduziert. Statt Systemeinstellungen umständlich im BIOS vorzunehmen, liefert der Notebook-Manager zusätzliche Hintergrundinfos und Entscheidungshilfen. RingCentral Fax bedient die Telefon zu Papier-Kommunikation, PC-Cillin agiert als Virenwächter. Bei Beschwerden des Notebooks analysiert der PC-Doctor, und das Handbuch wird nicht nur in PDF- und HTML-Format, sondern auch als ordentliches Buch geliefert.

Fazit

Mit dem Acer TravelMate 202TE kauft man ein Notebook, mit dem sich alles machen lässt. Und dabei preislich äußerst interessant ist - ich habe soeben ein bisschen im Internet gesurft und bei einer großen Kette einen Preis von ATS 16.990,- ausfindig gemacht. Inklusive Mehrwertsteuer! Allerdings in der Basisausstattung mit 64 MB. Die Aufrüstung sollte auf jeden Fall drinnen sein.

http://www.acer.at

Durch seine kompakten Ausmaße und seine Leistungsfähigkeit ist der InFocus LP 350 der Allrounder unter den Projektionssystemen. Nutzen Sie ihn unterwegs bei Kundenpräsentationen oder fixinstalliert in Ihrem Konferenzraum.

Professionelle Präsentation mit Folex InFocus LP 350 Daten- /Videoprojektor

Der InFocus LP350 ist ein vollwertiger Konferenzraum-Projektor, der durch seine kompakte Konstruktion, durch sein geringes Gewicht (3kg) und seine Lichtstärke (1300 ANSI-Lumen) auch mobil eingesetzt werden kann. InFocus bietet mit diesem Modell einen gelungenen Allround-Projektor, der beim mobilen Einsatz genügend Leistungsreserven besitzt, um auch unter ungünstigen Raumbedingungen für gelungenen Präsentationen zu sorgen.

Vielseitig einsetzbar

Der LP350 bietet Ihnen auch eine Fülle an Schnittstellen, die den Einsatz in modernen, multimedialen Präsentationen erleichtern. Dazu gehören eine digitale DVI-Videoschnittstelle, ein analoger Videoeingang, USB-Anschluss und vor allem der von InFocus patentierte CableWizard. Der CableWizard ermöglicht eine schnelle und einfache Deckenmontage.Bei der Fixinstallation können Sie dieses ultra-portable Gerät auch für sehr anspruchsvolle Präsentationen einsetzen, beispielsweise bei der detailreichen Darstellung von Kalkulationstabellen oder technischen Illustrationen. Damit stehen Ihnen als Anwender des LP 350 nahezu alle Anwendungsbereiche offen: von externen Verkaufspräsentationen bis hin zu Strategie-Meetings im Konferenzraum.

Hohe Bildqualität

Der InFocus LP 350 basiert auf der DLP-Projektionstechnologie. Die „Digital Light Processing" Technologie ermöglicht eine platzsparendere, leichtere Bauweise und besitzt den Vorteil einer geringeren Pixelierung. Durch das Minimieren solcher erkennbarer Rasterpunkte wirkt das projizierte Bild schärfer und auch bei Vergrößerung noch klarer und kontrastreicher. Die hohe Auflösung von echten 1024 x768 Pixel sorgt zusätzlich für eine scharfes Bild mit kontrastreichem Text. Mit der Zoomlinse können Sie die Größe des projizierten Bildes variieren.

Einfache Bedienung

Selbst unerfahrene Anwender können nach dem Einschalten sofort mit ihrer Präsentation loslegen.

Alle Anschlüsse sind klar gekennzeichnet und sorgen für eine intuitive Handhabung. Man benötigt nur eine Steckdose und den Cable Wizard, um startklar zu sein. Alles weitere wie Synchronisierung, Spureinstellung, Bildpositionierung und die Erkennung der Bildquelle erledigen die Projektoren automatisch. Das integrierte Bedienfeld und Menü ist klar gegliedert und leicht verständlich. Und natürlich kann das Gerät über eine Fernbedienung gesteuert werden.

Multimedia-Systeme bei Folex

Folex hat nicht nur InFocus Daten- und Videoprojektoren im Programm, sondern bietet auch eine ganze Reihe weiterer Produkte für Präsentationsraum-Technik an. Dazu zählen unter anderem:

- das Folex SIVIT Walkboard, mit dem Sie virtuell, nur per Fingerzeig Ihre Präsentation steuern können - professionell, dynamisch, lebendig und wo immer Sie wollen,
- Flächenlautsprecher mit weißer Oberfläche für die Projektion oder als individuell gestalteter Bildlautsprecher, der sich einfach wie ein Bild an die Wand hängen läßt. Einsetzbar im Consumerbereich, im Messebau, in der Konferenztechnik und Home Cinema sowie in der Innenarchitektur.

folex®

Folex - Technische Folien GmbH
Tel. 01/616 97 77
http://www.folex.at

Wenn die Entscheidung am Computerarbeitsplatz auf einen LCD-Schirm fällt, sollte hohe Darstellungsqualität und einfache Bedienbarkeit selbstverständlich sein. So wie beim Flatron LCD 577LH von LG Electronics.

Hannes Jansky

Platz da! Der Flatron LCD 577LH überzeugt nicht nur durch seine Flachheit.

LCD-Bildschirme sind - zumindest für Leute wie mich - irgendwie immer noch Exoten. Erstens sind sie viel, viel teurer als ein vergleichbarer Röhrenmonitor. Und außerdem kann wohl kein LCD mit der Brillanz, Schärfe, Farbigkeit und Leuchtkraft einer guten Röhre mithalten. Soweit die Vorurteile. Im grafischen Bereich, wo Farbe am Bildschirm gleich Farbe im Druck das oberste - wenngleich selten erreichte - Ziel darstellt, stimmt das zweite Vorurteil. In allen anderen Bereichen und insbesondere dort, wo keine Technik-Freaks regieren, lohnt sich ein genauerer Vergleichsblick.

Denn das Argument mit den stark unterschiedlichen Preisen stimmt auch nur bedingt. Denn dazu muss man wissen, dass die Bildschirmdiagonale bei Röhren und LCDs mit zweierlei Maß gemessen wird. Dass bei einer Kathodenstrahlröhre einiges an nicht darstellbarem Rand wegfällt, führt dazu, dass man plötzlich 15 Zoll große LCDs mit konventionellen 17-Zöllern vergleichen muss. Und da verschiebt sich plötzlich die Preisrelation. Natürlich bleiben die LCDs immer noch teurer, aber dafür bringen sie bei konventionellen Anwendungen auch ihren Nutzen. LCD-Bildschirme benötigen weniger Stellfläche am Schreibtisch und lassen sich auch bei „normalen" Schreibtischtiefen von 80 Zentimetern verwenden, sind meist optisch ansprechender und mangels Masse leichter zu transportieren. Röhrenmonitore sind auf Erschütterungen empfindlich und ermüden das Auge viel stärker. Und Letzteres ist ja wohl ein Argument, wenn man den ganzen Tag davor sitzt.Der Flatron LCD 577LH wird in einer großen, bunten Schachtel geliefert. Darin sind neben dem Monitor selbst auch noch das Netzkabel mit externem Trafo, das 15polige Bildschirmkabel, ein gedrucktes Handbuch, eine CD-ROM und eine Diskette. Nach dem Auspacken wird der Bildschirm auf den vorgesehen Platz geparkt. Die optimale Höhe lässt sich im Bereich von sieben Zentimetern einfach durch Lösen einer Sperre anpassen. Danach wird der PC ausgeschaltet, Monitor- und Stromkabel angesteckt und alles eingeschalten.

Zum ersten äußeren Eindruck - grau mit einem designten Metallfuß - gesellt sich der des dargestellten Bildes: Sehr hell und scharf. An Auflösungen unterstützt der Flatron-Monitor maximal 1.024 x 768 Bildpunkte, der empfohlene Beobachtungswinkel liegt horizontal bei +/- 60 Grad und vertikal bei +/- 45 Grad. Horizontale Zeilenfrequenzen von 31 - 69 kHz werden automatisch erkannt, was Bildwiederholfrequenzen von 56 - 85 Hz ergibt.

Hoch oder quer

Eine der interessantesten Eigenschaften des LCD 577LH betrifft die Fähigkeit, das Format zu wechseln. Nach der Installation der entsprechenden Software kann der Bildschirm mit zwei Handgriffen vom Quer- ins Hochformat gebracht werden - und das Betriebssystem erkennt dies und reagiert entsprechend. Damit wird die Bildschirmgröße wesentlich effizienter genutzt. Denn wer schreibt in der Textverarbeitung schon im Querformat - oft bleibt das rechte Drittel weiß. Und in Excel kann man - je nach Belieben oder dem Aussehen der Tabelle - zwischen Quer- und Hochformat entscheiden. Wie jeder gute Monitor verfügt der Flatron LCD 577LH über ein ausgeklügeltes Bildschirm-Menü. Hier lassen sich Helligkeit und Kontrast optimieren, die Bildlage verändern und für idealen Gleichlauf Takt und Taktrate einstellen, um eventuell auftretende vertikale Balken oder Streifen auf dem Bildhintergrund zu verhindern und die Schärfedarstellung der Zeichen zu variieren.

Nervig ist das Piepsen der Tasten, das sich aber im Installationsmenü abschalten lässt. Auch die Einstellung der Farbigkeit kann individuell vorgenommen werden, als Vorgaben stehen die üblichen 9300 und 6500 K zur Verfügung.

Fazit

Der Flatron LCD 577LH wiegt 5,7 kg und ist mit 21,5 Zentimetern Tiefe gar nicht so flach, wie man annehmen könnte. Die Bildfläche ist entspiegelungsbeschichtet, der Pixelabstand beträgt 0,3 x 0,3 Millimeter. Der Energieverbrauch liegt im Normalbetrieb unter 48 Watt, im Bereitschaftsmodus sogar unter 3 Watt.

Der neue Flachbildschirm von LG Electronics widerlegt viele der Vorurteile, die ich gegen LCD-Schirme hatte. Hohe Helligkeit und scharfe Darstellung haben mich überzeugt. Dazu kommt noch die Sache mit hoch und quer. Wenn Sie sich also einen wirklich guten Bildschirm anschaffen wollen, aber nur wenig Platz am Schreibtisch haben oder mit den klobigen Fernsehern einfach nichts anzufangen wissen, sollten der Flatron LCD 577LH unbedingt auf der Liste der für Sie in Frage kommenden Modelle stehen.

http://www.omegacom.at

Präsentieren per Fingerzeig

Mit dem Folex SIVIT Walkboard können Sie bei Präsentationen völlig unabhängig agieren: ein Fingerzeig genügt zur Präsentationssteuerung. Sie müssen weder eine Taste drücken, noch die Projektionsfläche berühren.

Mit dem neuen SIVIT Walkboard eröffnet Folex Ihnen jetzt noch zusätzliche Freiheiten beim Präsentieren: die Unabhängigkeit von Zeit und Raum durch die virtuelle Touchscreen-Funktion.

Jeder Fingerzeig wird von einer Infrarot-Kamera erfasst und in Mausbefehle umgesetzt. Das Folex SIVIT Walkboard bedient sich dabei der SIVIT-Technologie (Siemens Virtual Touchscreen). Alles was Sie als Anwender dazu benötigen ist ein Notebook, ein Datenprojektor und das Folex SIVIT Walkboard. Über das USB-Kabel wird das Folex SIVIT Walkboard an das Notebook angeschlossen und auf die Projektionsfläche gerichtet. Eine Infrarotkamera erfasst die Bewegungen des Fingers oder eines Stiftes und setzt sie in Mausbefehle um. Der Vorteil: Sie können Ihre Präsentation mit Blick auf die Teilnehmer steuern und sich dabei voll auf Ihren Vortrag konzentrieren.

Was das Folex SIVIT Walkboard bietet

- **Hohe Mobilität**: Besonders praktisch sind sein geringes Gewicht und seine kompakten Ausmaße. Auf diese Weise können Sie es auch bei Kundenbesuchen leicht transportieren und einsetzen. Es kann auf jede beliebige Projektionswand oder Leinwandtafel projiziert werden.
- **Überzeugende Präsentation**: Die virtuelle Bedienoberfläche vereinfacht das Handling und macht die physische Berührung der Oberfläche überflüssig. Ein Fingerzeig genügt. Schon können Bemerkungen oder Ergänzungen direkt in die Präsentation gezeichnet, bearbeitet und gespeichert werden. Auf diese Daten lässt sich während oder nach Ihrem Vortrag zugreifen, um Fragen zu beantworten oder Hand-outs für die Teilnehmer auszudrucken.
- **Adaptierbare Präsentationsgröße**: Entsprechend den räumlichen Gegebenheiten können Sie die Präsentationsfläche frei gestalten. Sie kann bis zu einer Bilddiagonalen von 175cm vergrößert werden.
- **Einfache Bedienung**: Mit dem Stift oder Zeigefinger bewegen Sie den Mauszeiger über die Projektionsfläche. Mittels virtueller Tastatur geben Sie Daten zB. ein Excel-Tabellen ein. Der Folex SIVIT Presentationsmaster speichert ihre ergänzenden grafischen Angaben und Markierungen zum Drucken oder Mailen.

Systemvoraussetzungen und Lieferumfang

Die Hardware des Folex SIVIT Walkboards setzt ein Notebook mit USB- Schnittstelle voraus. Der Treiber mit dem SIVIT Presentationsmaster basiert auf Windows. Eine besondere Rechnerleistung bzw. Systemressourcen werden für das SIVIT Walkboard nicht benötigt.

Folex - Technische Folien GmbH
Tel. 01/616 97 77
http://www.folex.at

Votingsystem über Handy

In Zusammenarbeit mit der Werbeagentur Faschingbauer & Schaar im Rahmen des Green Panther 2001 hat Ascom neue Maßstäbe in der Präsentation des größten österreichischen Bundesländerwerbepreises gesetzt.

Durch den Einsatz einer von Ascom entwickelten Videowall mit einem Pixelabstand von 10mm und einer Größe von 12 m2 war es möglich erstmals vor Einbruch der Dunkelheit in perfekter Qualität Videos und Inserts in einem Open-Air-Rahmen zuzuspielen und das Publikum bis in die späte Nacht mit einem völlig neuen Technologiekonzept zu faszinieren. Zum Einsatz kam auch ein neu entwickeltes Televoting-System, das sich besonders für den Einsatz bei Events eignet und die Interaktivität mit dem Zielpublikum beträchtlich erhöht.

Das System bietet folgende Vorzüge:

- Kein aufwendiges und teures Equipment notwendig
- Unabhängigkeit vom Veranstaltungsort
- Eingabegerät = Handy (Bedienung bekannt)
- Vollkommene Flexibilität durch „Live"-Steuerung des Systems, z. B. bei zeitlichen Verschiebungen im Ablauf der Veranstaltung

http://www.ascom.at

DVD-R/RW und CD-R/RW-Universal-Brenner

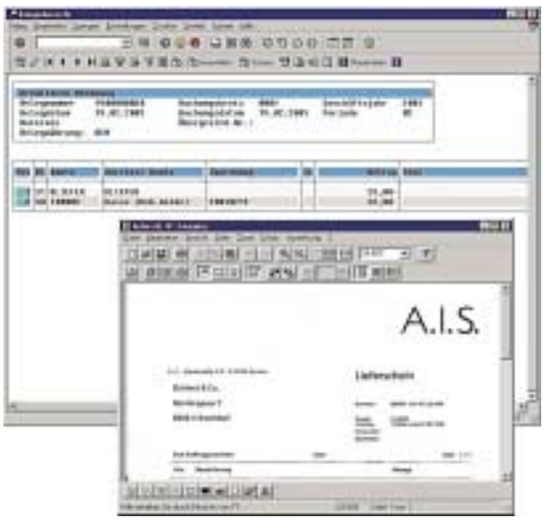
Mit dem DVR-A03 von Pioneer Electronics kann man DVDs als auch CDs in ein und demselben Laufwerk brennen und abspielen.

Die bespielten DVD-R/RWs sind voll kompatibel zu DVD-ROM-Laufwerken und, wenn die Aufnahmen im DVD-Video-Format erfolgt sind, auch zu DVD-Video-Playern. Pro bespielter DVD-R/RW stehen volle 4,7 GB Datenkapazität zur Verfügung. Der DVR-A03, ist das erste Pioneer-Modell, das für den allgemeinen Gebrauch bestimmt ist. Es steht damit die Datenkapazität von 4,7 GB auch Hobby- und semiprofessionellen Anwendern zur Verfügung. Mit dem Gerät kann der Anwender neben einfach beschreibbaren DVD- und CD-Rs auch mehrfach beschreibbare CD- und DVD-RW-Medien in ein- und demselben Laufwerk lesen und beschreiben. Möglich wird dies durch einen von Pioneer entwickelten Dual-Laser-Abtaster. Die Lesegeschwindigkeit des DVR-A03 beträgt 4-fach für DVD-ROM und 24-fach für CD-ROM. Beschreiben kann der DVR-A03 DVD-Rohlinge mit 2-facher, CD-Rohlinge mit 8-facher Geschwindigkeit. Der Endkundenpreis liegt bei 14.990,- inkl. Mwst

Pioneer
Tel. 01/616 45 80
http://www.pioneer.at

DMS und Archivsystem für SAP, Navision, sage KHK

Mit kaufmännischen Softwarelösungen lassen sich Auftragsprozesse automatisieren und die dabei entstehenden Dokumente wie Angebote oder Rechnungen elektronisch weiterverarbeiten. Die anschließende Ablage der Dokumente erfolgt in vielen Unternehmen aber nach wie vor manuell und in Papierform in Aktenordnern.



Anzeige eines gescannten Dokumentes aus SAP oder aus dem Windows-Explorer

Diese Lücke in der Dokumentenverwaltung kann durch die Anbindung einer ERP-Anwendung an ein Archivsystem geschlossen werden. Mit „windream" bietet die A.I.S. Angewandte Informations-Systeme GmbH, Bochum, eine komfortable Lösung für die elektronische Archivierung und Verwaltung von Vorgangsbelegen. Als DMS und Archivkomponente für die ERP-Systeme SAP R/3, Navision und sage KHK Office Line 2000 ermöglicht windream berechtigten Mitarbeitern einen unmittelbaren Zugriff auf vorgangsrelevante Dokumente auch ohne die Installation der jeweiligen ERP-Anwendung.

Die Integration von windream in Navision und sageKHK Office Line 2000 umfasst die automatische Speicherung und typbezogene Indizierung von internen, in der jeweiligen Anwendung erzeugten Belegen, als auch von vorgangsbezogenen Eingangsdokumenten. Die Belege werden direkt in windream abgelegt und damit recherchierbar an zentraler Stelle elektronisch verwaltet und archiviert. Für die Dokumentenrecherche stellt windream mit der Index- oder Volltextrecherche komfortable Suchfunktionen zur Verfügung. Die Suche kann auch direkt aus NAVISION oder sageKHK Office Line 2000 gestartet werden. Beide Integrationslösungen zeichnen sich durch eine komfortable Benutzerführung aus und fügen sich nahtlos in die Arbeitsabläufe des Anwenders ein.

„windream ArcLink" erweitert den SAP-Standard um zusätzliche Funktionalitäten. Durch die vollständige Integration von windream in das Windows Betriebssystem können R/3-Anwender direkt über den Windows Explorer auf SAP-Dokumente zugreifen. Für die Dokumentenrecherche kann zum Beispiel über Volltext nach SAP-Ausgangsbelegen (PDF-Format) recherchiert werden. Über das windream Web Portal besteht außerdem die Möglichkeit, weltweit und plattformunabhängig auf SAP-Dokumente zuzugreifen. Darüber hinaus bietet „windream ArcLink" eine offene Schnittstelle, um Scan-Engines von Fremdherstellern zu integrieren. So können Dokumente über Barcode-Archivierung, zum Beispiel mit Kofax Ascent Capture, an SAP übergeben werden.

Mit windream steht ein Dokumenten-Management- und Archivsystem zur Verfügung, das funktional vollständig in die Windows-Betriebssysteme integriert ist. Sämtliche DMS- und Archiv-Funktionen können einfach über den Windows-Explorer aufgerufen und Dokumente wie gewohnt über „Speichern unter" in windream abgelegt werden. So wird dem Anwender ein intuitives Arbeiten mit seinen Unternehmensdokumenten ermöglicht.

Aufgrund der sehr günstigen Preisstruktur eignet sich windream auch besonders für den Einsatz in einzelnen Abteilungen oder bei kleineren Unternehmen.

Zu den Partnerunternehmen in Österreich gehören data consulting austria, Wien, LOGIN Informationsverarbeitung und Dokumentenmanagement GmbH, Wiener Neustadt, Pronobis GmbH, Wien, sowie Rucker Consulting, Lieboch.

A.I.S.
Tel. 0049-234/9734-0
http://www.windream.com

Multimedia-Notebook

Der neue Toshiba Satellite 2800-600 bietet dank der integrierten mobilen Gigahertz-CPU und des NVIDIA Grafikchips GeForce2 Go eine hohe Grafikleistung.

Das Notebook verfügt über eine 30 Gigabyte Festplatte und ein 15 Zoll Aktiv-Matrix-TFT-Farbdisplay. Das neue Modell ist für Privatanwender konzipiert, die besondere Ansprüche an Multimedia-Features stellen.

Deshalb besitzt das Gerät auch eine I.link Schnittstelle (IEEE1394) beispielsweise für die Datenübertragung von Digital- oder Videokameras zum Notebook. Ein Lesegerät für SmartMedia Flash-Speicher Karten, die in Digitalkameras und MP3-Playern zum Einsatz kommen, ermöglicht die schnelle Übertragung speicherintensiver Bild- und MP3-Daten.

Satellite 2800-600-Eckdaten:

- 1 GHz Intel Mobile Pentium III Prozessor mit Intel SpeedStep Technologie
- 30 GB Festplattenkapazität
- 15,0 Zoll TFT-Farbdisplay
- 256 MB SDRAM
- NVIDIA GeForce2 Go Grafikchip
- Integriertes Mini-PCI Combo LAN/V.90 Modem
- Integriertes CD-RW/DVD-ROM-Laufwerk
- Preis inklusive Mehrwertsteuer: ATS 50.990,-

http://www.toshiba.at

„Liquid-Laser“

Lexmark verbindet Laserdrucker-Leistung und -Qualität mit den guten Farbeigenschaften der Inkjetdrucker.

Geht es nach Lexmark, dann stellt der J 110 die ideale Symbiose für alle vernetzten Unternehmensbereiche dar, die in der Zukunft monochromen Ausdruck kostenbewußt mit Farbe verbinden wollen.

Speziell für kleinere Unternehmen soll der neue netzwerkorientierte J110 sämtliche Anforderungen im Bereich S/W- und Farbdruck abdecken. Für den Einsatz in Arbeitsteams bei Großkunden bietet der J110 die notwendige Zuverlässigkeit bei hoher Druckqualität.

„Mit dem neuen J110 müssen Unternehmen weder auf die Leistungsfähigkeit eines Mono-Lasers, noch der Kosten wegen auf den Farbdruck verzichten“, stellt Eamon Ryan, Vizepräsident und General-Manager von Lexmark-Europa, fest. „Der J110 eliminiert die Barrieren für unsere Kunden, da er das Herz eines Inkjet-Druckers mit der Performance, Bedienung und Netzwerkintegration von Laserdruckern verbindet. Wir nennen ihn „Liquid-Laser“, denn das neue Design stellt den Kunden das Beste von beiden Technologien zur Verfügung“.Bis jetzt gab es eine Reihe von Gründen, die den Einsatz von Farbe im Office verhinderten. Leistungsfähige Farblaserdrucker sind meist zu teuer, preisgünstige Inkjetdrucker jedoch zu langsam und nicht robust genug, um das Office-Druckvolumen problemlos zu übernehmen. Das Outsourcing von Farb-Jobs an Druckereien oder Printshops ist zu umständlich und ebenfalls zu teuer.

Der neue „Liquid-Laser“ bietet für den Einsatz im Office 2400 x 1200 dpi Auflösung. Gleichzeitig entfällt im Farbdruck der Bedarf für teure Spezialpapiere, denn mit der „Perfect-Finish“-Technologie wird die Oberfläche von normalen Papiersorten mit „Finish-Liquid“ vorbehandelt und damit für den Druck aufgewertet. So können auch auf preiswerten Medien sehr gute Druckerergebnisse erzielt werden. Der J110 arbeitet mit 4 getrennten Tintentanks, wobei jeder über eine officegerechte Kapazität für gut 3.000 Seiten (bei 5% Deckung) verfügt. Mit dem integrierten Tintensparmodus für Entwürfe kann zusätzlich noch bis zu 50% Tinte gespart werden. Die beiden Druckköpfe mit über 1000 Düsen sowie die Dimension des „PerfectFinish“- Tanks sind ebenfalls für den dauerhaften Einsatz ausgelegt. Übliche kurze Texte druckt der J110 mit bis zu 16 Seiten pro Minute in monochrom und bis zu 14 Seiten in Farbe. Bereits nach nur 8 Sekunden liegt die erste Seite im Ausgabefach. Diese hohe Start-Geschwindigkeit beruht vor allem auf der neuen Form der Daten-Aufbereitung und Übertragung. Die Daten werden bereits im PC druckfertig gerastert und komprimiert, dann erfolgt auf Grund der kompakten Datenmenge eine extrem schnelle Übertragung im Netzwerk und letztendlich ist für die reine Dekomprimierung im Drucker ein - für diese einfache Aufgabe - überdimensionierter 100 MHz Prozessor mit 8 MB RAM am Werk. Der J110 ist robust genug, um problemlos bis zu 10.000 Seiten pro Monat zu drucken.Der Basisdrucker wird standardmäßig mit Parallel- und USB-Port ausgeliefert und ist damit als Einzeldrucker sofort an alle Windows 95, 98, 2000 und NT-Rechner sowie an Mac's anschließbar. Der Anschluß in Netzwerken erfolgt über den neuen MarkNet XP 10/100 BTX PrintServer, der gleichzeitig das Management des Druckers mit MarkVision-Professional ermöglicht. Die Bedienung am Drucker selbst erfolgt über das bekannte Benutzerdisplay aller Optra-Modelle. Der Preis für diesen Drucker startet bei rund 22.680,- ATS inkl. Mwst.

Lexmark
Tel. 01/797 32-0
http://www.lexmark.at

Letzte Rettung

Ontrack stellt verloren geglaubte Daten wieder her

Sind Festplatten durch mechanische oder elektromagnetische Defekte, Bedienungsfehler, Viren, Naturkatastrophen oder Computerkriminalität beschädigt oder zerstört worden, ist Ontrack der professionelle Retter in der Not. In 77 Prozent aller Fälle gelingt es, alle wichtigen Kundendaten wiederherzustellen. Insgesamt konnte bisher rund 100.000 Kunden aller Branchen weltweit geholfen werden.

Ontrack bietet als einziges Unternehmen eine Ferndatenrettung für Festplatten ohne Hardware-Defekte. Voraussetzung für eine so genannte Remote Data Recovery (RDR) ist eine Modem- oder Internetverbindung. Der Kunde wählt sich auf den Ontrack-Server ein, ein RDR-Experte hat dann die Möglichkeit, direkt auf der Festplatte des Kunden zu arbeiten. Dieses Service funktioniert für die Betriebssysteme DOS, Windows 95, 98, ME, OS/2 (FAT), Windows NT, 2000, Novell Netware und Linux.Die traditionelle Datenrettung findet im Ontrack-Labor statt, wo die Datenrettungsingenieure den Datenträger mit eigens entwickelten Instrumenten und Werkzeugen bearbeiten, um dessen ursprüngliche Struktur wiederherzustellen. Physikalische Schäden im Inneren der Festplatte werden in den Ontrack Reinraumlaboren bearbeitet. Für dringende Fälle stehen verschiedene Service-Varianten zur Verfügung: Der 24-Stunden-Notfall-Service, der Wochenend- und Feiertags-Service sowie ein spezieller Eil-Service.

Mit EasyRecovery in der neuen Version 5.0 bietet Ontrack eine Software, mit der Anwender in vielen Fällen kostengünstig Daten retten können. So lassen sich viele der im Small- und Home-Office-Bereich auftretenden Schadensfälle mit EasyRecovery schnell und einfach beheben. Die Software ist in der Lage, beschädigte oder zerstörte Daten von der Festplatte zu lesen und das Dateisystem wiederherzustellen. Dabei schreibt EasyRecovery nicht auf die beschädigte Festplatte, sondern baut die Dateiliste im Speicher auf und überträgt sie von dort auf ein unbeschädigtes Medium.

http://www.ontrack.de

Mehr Power für High-end-Server und Workstations

Fujitsu Siemens Computers stellt ihre ersten Produkte basierend auf dem Intel Itanium Prozessor vor: der Primergy N4000 4-Way-Server und die Celsius 880 Dual-Prozessor-Workstation.

Primergy N4000 Server von Fujitsu Siemens Computers

Mit dem neuen Intel Itanium fällt der Startschuss für eine Innovation, die speziell für die hohen Unternehmens-Anforderungen von morgen konzipiert ist. Basierend auf der als „Explicitly Parallel Instruction Computing" (EPIC) bezeichneten neuen Design-Philosophie von Intel ist der Itanium-Prozessor in der Lage, die Anwendungen aufzusplitten und die einzelnen Teile in parallelen Prozessen - mit deutlich schnelleren Resultaten als bei herkömmlichen Prozessoren - zu verarbeiten.

Pro Sekunde können bis zu 2,1 Gigabit an Daten verarbeitet werden: genug, um eine komplette Bibliothek wissenschaftlicher Fachzeitschriften in weniger als einer Minute zu transferieren. Daneben wird auch ein zuverlässigerer und stabilerer Betrieb von Workstations und Servern gewährleistet: ein entscheidender Faktor für alle geschäftskritischen Anwendungen.

Die neuen Mitglieder der Fujitsu Siemens Computers Primergy- und Celsius-Familie ermöglichen es den Kunden, die architektonischen Vorteile des Intel Itanium-Prozessors auszuschöpfen. Hierzu zählen Sicherheitsstandards bei der Transaktionsverarbeitung sowie hohe Performance in speicherinternen Datenbanken.

Primergy N4000 Server

Der Fujitsu Siemens Computers Primergy N4000 Server integriert bis zu vier Intel Itanium-Prozessoren und maximal 64 GB Direktzugriffsspeicher. Mit diesem typischerweise in geschäftskritischen Rechner-Umgebungen genutzten High-end-Baustein wird exzellente Performance sowie höchste Zuverlässigkeit und Skalierbarkeit auch für anspruchsvollste Unternehmens-Anwendungen garantiert.

Folgende Hauptvorteile bieten sich dem Anwender:

- Sehr gute Unterstützung für Datenbank-Anwendungen dank der „Very Large Memory" (VLM)-Unterstützung von sehr großen Speichern
- Schnelle numerische Analyse von großen Datensätzen: etwa zur Analyse von Business Intelligence-Daten
- Hohe Zuverlässigkeit für geschäftskritische Anwendungen
- Erhöhte Performance für Sicherheitsanwendungen in Internetumgebung
- Hauptvorteile von EPIC: garantiert unter anderem die große Anzahl an Registern sowie die parallelen Anweisungsebenen optimale Unterstützung für die High-end-Transaktionsverarbeitung in Unternehmensanwendungen, wie Decision Support Systems (DSS).

Celsius 880 Workstation

Die Fujitsu Siemens Computers Celsius 880 Workstation ist insbesondere für Märkte rund um EDA (Electronic Design Automation), Wissenschaft, MDA (Mechanic Design Automation), DCC (Digital Content Creation) und Finanzdienstleistungen konzipiert.
Sie bietet:

- Sehr gute Analyse-Optionen für große Datensätze durch umfangreiche Speicherkapazität
- Eine hohe Floating-Point-Performance für Analyse-Aufgaben
- Zuverlässige Unterstützung von Cluster-Anwendungen und komplexen Analysen von Flüssigkeiten und chemischen Modellen
- Schnelle Analyse komplexer Designs

Gegenwärtig errichtet Fujitsu Siemens Computers ein neues ‚Migrations-Labor' in Paderborn. Dort sollen ISVs (Independent Software Vendors) und Kunden basierend auf Itanium-basierten Servern und Workstations die Möglichkeit erhalten, ihre Anwendungen mit Hilfe der von Fujitsu Siemens Computers bereitgestellten Ressourcen und Hardware auf die Intel 64-Bit-Architektur umzustellen.
http//www.fujitsu-siemens.at

SPSS auf AIX

Der Business Intelligence Spezialist SPSS erweitert sein Angebot für unixbasierte Datenanalyse durch den SPSS Server 10.1 for AIX.

SPSS 10.1 Server baut auf der Distributed Analysis Architecture (DAA) auf, durch die Anwender von verschiedenen SPSS-Clients gleichzeitig auf die Software zugreifen können. Die Rechenoperationen laufen zentral auf dem Server ab, wodurch selbst große Datenmengen schnell und sicher analysiert werden können. Mit dieser Technologie werden zum einen die Rechenoperationen beschleunigt, zum anderen wird das Netzwerk entlastet.„SPSS Server 10.1 for AIX verbindet die neueste Datenanalysetechnologie mit der Rechenpower der IBM-Großrechner", sagt Christian Klein, Marketing Manager der SPSS GmbH Deutschland. „Das bietet Unternehmen den Vorteil, sehr große Datenmengen ressourcensparend und effizient zu analysieren und gleichzeitig mit weiteren Anwendungen zu arbeiten, wodurch Zeit und Geld gespart wird."

SPSS DAA, die SPSS für Windows und SPSS Server umfasst, stellt dem Benutzer eine skalierbare Datenanalyse-Lösung zur Verfügung. SPSS für Windows, die modulare, desktopintegrierte Datenanalyse Software von SPSS, stellt das Kundeninterface dar, während der SPSS Server den Zugang regelt und die Rechenprozesse durchführt. SPSS DAA erlaubt es dem Benutzer, sehr große Datensätze schneller zu analysieren, indem große Datensätze auf dem Server verbleiben und die Daten nicht kopiert oder konvertiert werden müssen. Sie erleichtert auch den Datenzugriff von vielen Plätzen und unterstützt die Administratoren dabei, ein hohes Niveau in der Datensicherheit zu erhalten. Der Vorteil: Unternehmen mit sehr große Mengen an zentralisierten Daten können ihre Daten schnell und sicher analysieren.

SPSS GmbH
Tel. 0049-89/489 074-0
http://www.spss.com/spss10/spssserver10

Evo - die neue Produktegeneration von Compaq

Compaq bringt mit Evo eine neue Produktefamilie als Antwort auf die Evolution im Business Computing.

Die neue Gerätegeneration bringt einfach zu bedienenden Computersysteme für Lösungen im IT-Businessumfeld. Durch die Vereinheitlichung des Compaq Business-Desktop und -Notebook Sortiments, soll es für die Kunden noch einfacher werden, das für ihre Bedürfnisse am besten geeignete Gerät auszuwählen.

Die Ankündigung der Evo Linie ist für die - seit rund einem Monat aus dem Zusammenschluss der Business Clients und Consumer Produktgruppen entstandenen - neue Access Business Group von Compaq der erste große Schritt im Bereich der Access Devices. Die bisherigen Produktegruppen Armada, Deskpro, iPAQ Desktop, Compaq Professional Workstations und Compaq Thin Client werden innerhalb der nächsten zwölf Monate Schritt für Schritt durch Produkte der Evo-Serie ersetzt.

Neu werden Access Produkte in drei klar positionierte Segmente unterteilt:

- Evo - für den produktiven Einsatz im Geschäftsalltag und im Firmennetzwerk.
- iPAQ - für tragbare, persönliche und vernetzbare Lifestyle-Geräte und Lösungen.
- Presario-PCs auf dem neuesten Stand der Technologie, zugeschnitten auf die Bedürfnisse der Privatanwender.

„Mit der Evo Produktfamilie revolutioniert Compaq die Verwendung und Integration von Access Devices in Business Umgebungen. Dabei ist es unser Ziel eine einfache Handhabung und völlige Connectivity in ein modernes Design zu integrieren." - Herbert Hofmann, Direktor der Access Business Group (ABG) bei Compaq Österreich

Alles ist aufeinander abgestimmt

Mit der Evo Produktefamilie macht Compaq den nächsten Schritt zur Vereinheitlichung von vernetzten Bürogeräten. Dabei liegt der Fokus auf der einfachen Anwendbarkeit und der Möglichkeit, mit dem Gerät komplexe Probleme rasch und zuverlässig zu lösen. Die Beschränkung auf eine einzelne, klar durchdachte Produkteserie, weltweite Erhältlichkeit und einfach zu handhabende Tools sollen es erleichtern, das optimal auf die individuellen Bedürfnisse zugeschnittene Gerät aus der Evo Produkteserie auszuwählen. Die Einführung der innovativen Evo Produktefamilie beginnt mit zwei Notebooks und zwei

Workstations:

- Das neue ultraleichte Compaq Evo N400c Notebook unterstützt die drahtlosen Schnittstellen Bluetooth und 802.11b. Bereits ins Gerät integriert ist MultiPort, eine optionale modulare Wireless Lösung, die auf elegante Weise einen besseren drahtlosen Empfang ermöglicht. Mit MultiPort wird die Benutzung verschiedener Wireless-Standards durch einen einfachen Modultausch ermöglicht. Die MultiPort Technologie basiert auf der standardisierten USB-Technologie.
- Die neuen Compaq Evo Workstations W6000 und W8000 bieten die Unterstützung von bis zu 2 Intel 1.7 GHz Xeon Prozessoren, Ultra ATA, Ultra 160 SCSI Laufwerke und ECC DRAM Speichermodule. Von der Grafikseite her garantieren die beiden Workstations auch bei anspruchsvollen 2D und 3D Anwendungen hohe Leistungsfähigkeit.

Weitere Notebook-Modelle und Workstations sowie Desktops und Thin Clients werden im Laufe dieses Jahres folgen. (iw/rw)

http://www.compaq.at

XGA-Projektor von Canon

Mit dem LV-7105 baut Canon sein aktuelles LCD-Projektoren-Programm aus.

Das neue Modell bietet eine Lichtleistung von 800 ANSI Lumen bei einem Gewicht von lediglich 2,8 kg - der formschöne Projektor eignet sich somit ideal für den mobilen Einsatz. Für Business-Anwender dürfte die XGA-Auflösung und kontrastreiche Darstellung besonders interessant sein.

Bei diesem neuen Modell setzt Canon die aus der Topklasse her bekannte Microlinsen-Technologie ein, die in Verbindung mit der 132 Watt UHP-Lampe für eine besonders hohe Lichtausbeute und gleichmäßige Ausleuchtung des projizierten Bildes sorgt. Angesichts der sehr kompakten Abmessungen liegt die Lichtleistung des Projektors mit 800 ANSI Lumen und einem Kontrastumfang von 300:1 auf hohem Niveau.

Die XGA Auflösung bietet 1.024 x 768 Bildpunkte, das umfangreiche Schnittstellenangebot beschränkt sich nicht nur auf S-VHS-Signale, sondern ist auch für Komponentensignale mit wesentlich höherer Bandbreite ausgelegt. Der Projektor ist somit bestens für den Anschluss aktueller und zukünftiger DVD-Playergenerationen geeignet. Das ermöglicht eine breite Anwendungspalette: angefangen bei der Geschäftspräsentation mit PC bis hin zum Privatkino.

Das mit 39dB geringe Betriebsgeräusch ist einer digitalen Lüftersteuerung mit zwei Temperatur-Sensoren zu verdanken. Die Digital Keystone Correction sorgt für den Ausgleich trapezförmiger Bildverzerrung, die aus einer ungünstigen Aufstellung des Projektors resultieren können. Rückprojektion wird komfortabel über das Menü des Projektors ermöglicht. Für individuelle Aufgaben - etwa für Deckenprojektion - hält Canon entsprechendes Zubehör bereit. Der neue LV-7105

Kompakter Projektor für mobilen Einsatz: Canon LC-7105

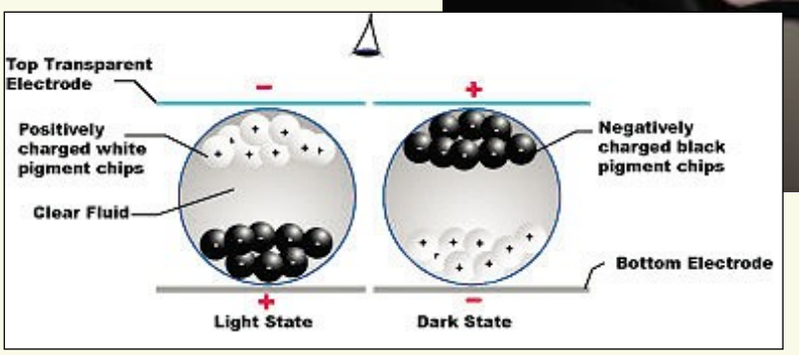
schließt die Lücke zwischen dem Einsteigermodell LV-5100 und dem ebenfalls für den Mobileinsatz optimal geeigneten LV-7320. Die Modellreihe wird vom Topmodell LV-7525 mit einer Lichtleistung von 2.750 ANSI Lumen angeführt.

Der Preis: 69.480,- ATS inkl.MwSt.

Canon Ges.m.b.H.
Tel. 01/66 146-0
http://www.canon.at

E-Ink zeigt elektrophoretisches 12-Zoll-Diplay - erste PDAs mit E-Ink-Anzeige ab 2003?

Werner Schulz



Wie die elektronische Tinte funktioniert: Im Inneren der 100 µm großen, transparenten Mikrokapseln ist eine kolloidale Lösung von weißen TiO2-Pigmenten in einen dunklen Farbstoff eingebettet. Die weißen Pigmente richten sich in einem zwischen den oberen und unteren Abbdeckfolien erzeugten elektrischen Feld nach oben oder unten aus. Ihre Position wird über eine „lange Zeitperiode" (E-Ink) auch ohne Versorgungsspannung gehalten. Bilder entstehen (wie bei LCD-Panels) durch matrixförmige Ansteuerung einzelner Pixel. Zurzeit ist die Anzeige (ohne die Steuermatrix) 0,9 mm dick (LCD mit Glas: 1,5 mm). Mit 0,1 mm dicken Abdeckfolien soll die E-Ink-Anzeige bald nur mehr 0,3 mm messen - und damit flexibel sein.

Computerbilder wie gedruckt

Warum ist ein Buch oder eine Zeitungsseite kein „Display"? Warum verschmelzen bei der guten alten Gutenberg-Druckkunst Träger und Information zum ganzheitlich wahr genommenen, greifbaren Produkt? Fünfhundert Jahre kollektive Erfahrung, klar. Außerdem: ein Druckbild ist statisch, das macht es „real".

Aber da ist noch etwas Anderes: Computerbildschirme, selbst die hellsten und schärfsten, wirken immer wie eine Projektion immaterieller Schemen auf eine trennende Scheibe. Alles läuft ab wie „unter Glas". Das trennt sie von der „realen Welt".

Wenn alles gut geht, kann sich das bald ändern. Mit elektrophoretischer Tinte von E-Ink, oder auch mit elektronischem Papier, wie es bei Gyricon Media in der Entwicklung ist. Beide Verfahren konstruieren Bilder aus hellen oder dunklen Pigmenten in der Oberfläche eines Kunststoff-Substrats - fast so portabel und bedienerfreundlich wie das alt gewohnte Papier.

Noch ist das nur PR und Prototyp. Nicht vor 2003 könnten wir die ersten Produkte in Händen halten. Aber die US-Firma E-Ink Corporation aus Cambridge, Massachusetts (http://www.eink.com) hat zurzeit die Nase vorn. Am 10. April diesen Jahres demonstrierte sie ihre erste Anzeige mit Aktivmatrix-Ansteuerung, die Texte, Grafik und Halbtonbilder hoch auflösend darstellen kann.

Schwarzweiß vorerst, versteht sich. Aber auch das ist ein wesentlicher Fortschritt gegenüber den bisher blau eingefärbten E-Ink-Displays. Und immerhin hat die neueste Version mit 12,1 Zoll Diagonale schon das Laptop-Format erreicht. Die Beweglichkeit der Myriaden von Pigmenten in 100 µm großen Mikrokapseln, die einzeln ansteuerbar in die Oberfläche eingebettet sind, wurde um das Zehnfache gesteigert. Die unterliegende Steuermatrix für den neuen Prototypen stammt aus den Research Labs von IBM. Damit unterstreicht die neue Version die drei wesentlichen Eigenschaften, die es zu verbessern gilt, um aus den heutigen, immer klobig und aufdringlich technisch wirkenden PC-Monitoren emotional ansprechende Gebrauchsgüter zu machen:

◆ Lesbarkeit - Die E-Ink-Farbpigmente sind

drei Mal heller als die reflektierenden LCDs. Ihr Kontrast übertrifft sogar den heutigen Zeitungsdruck. Sie lassen sich auch in grellem Sonnenlicht lesen. Und sie wirken unter jedem Betrachtungswinkel hell und klar.

- Portabilität - Die E-Ink-Anzeigen sind wirklich tragbar: Sie speichern ihre Inhalte nicht-flüchtig; zum Erhalt der Anzeige wird keine Batterieleistung verbraucht. Insgesamt liegt die Energiebilanz im Betrieb bei einem Tausendstel eines Standard-Notebook-Panels.
- Ergonomie - Laut E-Ink sind die neuen Anzeigen um 30% dünner und leichter als traditionelle LCD-Displays. Weil sie ähnlich funktionieren wie Druckfarben auf Papier, sollten sie an überlangen, strapaziösen Online-Arbeitstagen die Augen weniger belasten als reflexive oder transmissive LCDs.

Bis zum Durchbruch ist aber noch Einiges zu schaffen: Die Refresh-Rate der Pixel steht jetzt bei 150 Millisekunden, bei einer Steuerspannung von 15 Volt. Da muss sich noch was tun. Aber die Auflösung kommt

mit 200 dpi (Punkten pro Zoll) schon an die allerbesten LCD-Displays heran. Bis zu 600 dpi sind laut E-Ink Corp. erreichbar. Das wäre eine super-hochauflösende Anzeige - allerdings monochrom. Color-Displays lassen sich eventuell durch mehrfarbige Pigmentkapseln erstellen. Eine Matrix aus Steuertransistoren auf der Basis von organischen Materialien wurde im letzten November von E-Ink mit Lucent Technologies demonstriert - immerhin schon mit einigen Hundert Pixeln auf einer Fläche von 160 cm². Das ist so viel versprechend, dass Ende Februar Philips Components bei E-Ink eingestiegen ist und 7,5 Mio. Dollar in R&D investieren will.

Erster Zielpunkt: eine hoch auflösende Anzeige für PDAs, verfügbar ab 2003. Über seinen koreanischen Venture mit LG ist Philips mit 23% Weltmarktanteil der führende Lieferant großer LCD-Displays. Wenn E-Ink einschlägt, ist Philips also vom Start weg dabei. Für E-Ink brechen damit rosige Zeiten an.

„Unsere Partnerschaft mit Philips", schwärmt E-Ink-CEO Jim Juliano, „setzt uns auf die richtige Spur, um unsere Technologie der elektronischen Tinte in den Markt für Handheld-Geräte und Anzeigen zu schleusen." Am Ende des Weges wartet ein Markt von 40 Mrd. Dollar. ❑

Belinea mit 22 Zoll

Maxdata hat ein neues Monitor-Flaggschiff. Der Belinea 10 80 80 erfreut das Auge mit 22 Zoll und modernster Bildröhrentechnologie.

Den Großformat-Bereich beherrschen Röhrenbildschirme nach wie vor - die horrenden Kosten für großflächige LC-Displays haben hier bisher einen realistische Abwägung der Vor- und Nachteile von Flüssigkeitskristallanzeige und Röhrentechnologie verhindert.

Aber auch bei den Großformat-Schirmen tut sich einiges: Neben dem Einsatz planer Bildröhren tauchen immer mehr 22-Zoll-Modelle am Markt auf, die meistens noch den Vorteil haben, kaum teurer zu sein als bisherige 21 Zöller. Besonders gut tut diesen Bildschirm-Riesen auch die neue flache Bauweise der Bildschirmröhren, die dem gewohnten räumlichen Sehen des Menschen entgegenkommt, störende Spiegelungen weitestgehend vermeidet und eine etwas kompaktere Bauweise zulässt.

Der Belinea 10 80 80 bietet natürlich alle diese Vorzüge, aber nicht nur seine Diamondtron-Bildröhre in Flat Technology macht den neuen Belinea-Schirm für die klassischen Anwenderbereiche wie digitale Bildverarbeitung, Layout, CAD/CAM-Design, interessant. Die Streifemaske mit einem Punktabstand von 0,24mm sorgt durch hohe Lichtdurchlässigkeit auch für ein besonders kontrastreiches Bild.

Technische Eckdaten

Auch bei der größten Auflösung von2048 x 1536 Bildpunkten liegt der Bildschirm mit einer Bildwiederholrate von 75 noch im ergonomisch vertretbaren Bereich. Bei einer Auflösung von 1600 x 1200 Bildpunkten sind es beispielsweise komfortable 95Hz. Die weiteren Eckdaten: Horizontalfrequenz 30-121 kHz, Vertikalfrequenz 50 - 160 Hz, Videobandbreite 320MHz.

Und ganz so, wie es sich für dieses Bildschirmsegment gehört, bietet der neue Belinea Schirm auch einen „normalen" D-Sub sowie einen zusätzlichen BNC-Anschluss. Mit letzterem wird eine überlagerungsfreie Signalübertragung vom PC sichergestellt. Der Bildschirm unterstützt die neuesten TCO 99 Richtlinien in Sachen Ergonomie und Energieverbrauch.

Einfache Bedienbarkeit

Wie alle Belinea-Bildschirme besitzt auch der 10 80 80 an der Front eine große Tastenwippe, die den direkten Einstieg in das umfangreiche On Screen Dispaly (OSD) ermöglicht. Auf diese Weise können Sie den Monitor an Ihre Bedürfnisse anpassen - und das auf sehr komfortable Weise.

Während die Tastenwippe für den Einstieg/Ausstieg in das Menü zuständig ist und für das Bestätigen eines ausgewählten Menüpunktes, kann man mit einem Rädchen, das gleich unter der Vorderkante des Bildschirms angebracht ist, bequem durch das Menü wan-

dern - eine bestechend einfach zu bedienende Lösung. Unter den Auswahlmöglichkeiten, die das Menü bietet, findet sich so ziemlich alles von der Helligkeit bis zur Farbkalibrierung, von der räumlichen Bildausrichtung bis zur Moiré-Korrektur. Auch hier wird der Bildschirm seinen professionellen Ansprüchen gerecht.

Fazit

Der neue Belinea 10 80 80 ist ein High-End Gerät für den professionellen Einsatz. Er ist unter Berücksichtigung der hohen Bildqualität und des moderaten Anschaffungspreises von 15.830,- ATS inkl.MwSt sehr gut positioniert.

Maxdata Computer
Tel. 01/277 89-0
http://www.maxdata.at
http://www.belinea.at

CRT-MONITORE

Hersteller	Produktname	Schirmdiagonale in Zoll	Maximale Auflösung X x Y / Refresh	Bildwiederholfrequenz (Hz)	Zeilenfrequenz (KHz)	Videobandbreite (MHz)	Besonderheiten	Endpreis (inkl MwSt.)	Bezugsquelle
ACER	G991	19	1600x1200/78	50-160	30-98	176	Short Length Technologie, I-key Taste (autom. Bildkalibrierung), Macintosh approved, 3-Jahre Vorab-Austausch, 0,22mm horizontal, TCO99, 200.000 MTBF	4.700,- ATS	Acer 01/615 08 20-0
ACER	P791	17	1600x1200/76	50-160	30-98	176	Diamontron High-End-Streifenmaske, I-key Taste (autom. Bildkalibrierung), BNC u. VGA Anschluss (autodetect), 3-Jahre Vorab-Austausch, TCO99, 200.000 MTNF, 0,25mm streifenabstand	5.400,- ATS	Acer 01/615 08 20-0
ACER	V771	17	1280x1024/67	50-120	30-72	110	iScreen digitales Menü, 3-Jahre Vorab-Austausch, 0,23mm horizontal, TCO99, 200.000 MTBF, Short Length Technology	3.500,- ATS	Acer 01/615 08 20-0
CLAXAN	Claxan 19"	19	1600x1200/75	50-160	30-96		Diamondtron, Digital OSD, 0,25mm Streifenmaske, Flatscreen	6.828,- ATS	ARP Datacon GmbH 02236/6830
CLAXAN	Claxan 22"	22	1920x1440/75	50-180	30-121		Diamondtron Bildröhre, Streifenmaske 0,25mm, Flat Screen	13.188,- ATS	ARP Datacon GmbH 02236/6830
COMPAQ	P1210	22	1920x1440/80	50-160	30-121	340	Diamondtron NF CRT Bildröhre, Virtually Flat Frontglas, eingebauter USB Hub mit einem Up- und drei Downstream-Ports, Dual Video Input, Kabelmanagement, Colorific Software	18.000,- ATS	Compaq Computer Austria GmbH 01/866 30-0
COMPAQ	P710	17	1600x1200/75	50-130	30-96	208	Diamondtron NF CRT Bildröhre, Virtually Flat Frontglas, Colorific Software	7.120,- ATS	Compaq Computer Austria GmbH 01/866 30-0
COMPAQ	P910	19	1920x1440/70	50-140	30-108	300	Diamondtron NF CRT Bildröhre, Virtually Flat Frontglas, Kabelmanagement, Colorific Software	9.866,- ATS	Compaq Computer Austria GmbH 01/866 30-0
COMPAQ	S710	17	1280x1024/65	50-125	30-70	110	Flat Quare CRT Bildröhre, USB Hub vorbereitet	4.440,- ATS	Compaq Computer Austria GmbH 01/866 30-0
COMPAQ	S910	19	1600x1200/75	50-160	30-95	202,5	Flat Square CRT Bildröhre, USB Hub vorbereitet	7.200,- ATS	Compaq Computer Austria GmbH 01/866 30-0
COMPAQ	V570	15	1024x768/85	50-160	30-70	94,5	Flat Square CTR Bildröhre, Colorific Software	3.000,- ATS	Compaq Computer Austria GmbH 01/866 30-0
COMPAQ	V710	17	1600x1200/67Hz	50-160	30-85	175,5	Flat Square CRT Bildröhre	5.320,- ATS	Compaq Computer Austria GmbH 01/866 30-0
CTX	EX 710 F	17	1600x1200/77	50-160	30-97	202	Dynaflat	4.490,- ATS	Monitor Import Export GesmbH 01/877 04 86
CTX	PR 960 F	19	1600x1200/87	50-160	30-110	232	Trinitron, BNC-Anschluss u.a.	8.190,- ATS	Monitor Import Export GesmbH 01/877 04 86
CTX	VL 700	17	1280x1024/67	50-130	30-72	110		3.290,- ATS	Monitor Import Export GesmbH 01/877 04 86
CTX	VL 950 SLT	19	1600x1200/75	50-160	30-95	202,5	Short lenght	5.690,- ATS	Monitor Import Export GesmbH 01/877 04 86
CTX	VL710	17	1600x1200/77	50-160	30-97	202		3.790,- ATS	Monitor Import Export GesmbH 01/877 04 86
EIZO CORP.	F520	17	1280x1024/89	50-160	30-96	150	3 Jahre EIZO Vor-Ort-Service	6.228,- ATS	Avnet Applied Computing GmbH 01/614 88-0
EIZO CORP.	F730	19	1600x1200/92	50-160	30-115	200	3 Jahre EIZO Vor-Ort-Service	9.228,- ATS	Avnet Applied Computing GmbH 01/614 88-0
EIZO CORP.	F931	21	1600x1200/104	50-160	30-130	320	Komplett flache Shadow Mask Bildröhre, 0,21mm Lochmaske, autom. Farbkorrektur, 3 Jahre EIZO Vor-Ort-Service	16.428,- ATS	Avnet Applied Computing GmbH 01/614 88-0
EIZO CORP.	F980	21	2048x1536/85	50-160	30-137	400	Eingebauter USB-Hub, 0,23mm Lochmaske, 3 Jahre EIZO Vor-Ort-Service	33.348,- ATS	Avnet Applied Computing GmbH 01/614 88-0
EIZO CORP.	T561	17	1280x1024/89	50-160	30-96	200	Komlpett flache Tension Maske, 3 Jahre EIZO Vor-Ort-Service	8.460,- ATS	Avnet Applied Computing GmbH 01/614 88-0
EIZO CORP.	T761	19	1280x1024/107	50-160	30-115	280	Eingebauter USB-Hub, komplett flache Tension Mask, 3 Jahre EIZO Vor-Ort-Service	12.828,- ATS	Avnet Applied Computing GmbH 01/614 88-0
EIZO CORP.	T962	21	2048x1536/80	50-160	30-130	340	Eingebauter USB-Hub, komplett flache Bildröhre, 3 Jahre EIZO Vor-Ort-Service	22.188,- ATS	Avnet Applied Computing GmbH 01/614 88-0
ELSA	Ecomo 321	17	1280x1024/89	50-160	30-96	205	Autoreset auf Knopfdruck, Dynaflat-Bildröhre, sehr kompaktes Gehäuse und Verpackung	356,88 Euro	Elsa AG 0049/241/606-0
ELSA	Ecomo 521	19	1600x1200/87	50-160	30-110	240	Autoreset auf Knopfdruck, NF-Diamondtron-Bildröhre, sehr kompaktes Gehäuse und Verpackung	612,53 Euro	Elsa AG 0049/241/606-0
ELSA	Ecomo 532	19	1600x1200/85	50-160	30-110	230	Autoreset auf Knopfdruck, FD-Trinitron-Bildröhre, Design-Gehäuse in silber-Blau	714,79 Euro	Elsa AG 0049/241/606-0
ELSA	Ecomo 741	22	2048x1536/79	50-185	30-121	340	Autosetup auf Knopfdruck, NF-Diamondtron-Bildröhre, intelligenter USB-Hub mit 2 Upstream	1277,21 Euro	Elsa AG 0049/241/606-0
FUJITSU SIEMENS COMPUTERS	151E	15	800x600/85	50-120	30-54	70		3.234,- ATS	Fujitsu Siemens Computers 01/716 46-0
FUJITSU SIEMENS COMPUTERS	151E	15	800x600/85	50-120	30-54	70		3.234,- ATS	Fujitsu Siemens Computers 01/716 46-0
FUJITSU SIEMENS COMPUTERS	172E	17	1024x768/85	50-160	30-72	110		4.266,- ATS	Fujitsu Siemens Computers 01/716 46-0
FUJITSU SIEMENS COMPUTERS	176V	17	1024x768/85	50-160	30-72	110		2.399,- ATS	Fujitsu Siemens Computers 01/716 46-0
FUJITSU SIEMENS COMPUTERS	17F1	17	1024x768/85	50-160	30-72	110		5.200,- ATS	Fujitsu Siemens Computers 01/716 46-0
FUJITSU SIEMENS COMPUTERS	17P3	17	1600x1200/75	50-160	30-96	205		5.700,- ATS	Fujitsu Siemens Computers 01/716 46-0
FUJITSU SIEMENS COMPUTERS	21P3	21	1600x1280/85	50-160	30-115	261	High Kontrast Bildröhre mit 50cm sichtbarer Bilddiagonale	15.500,- ATS	Fujitsu Siemens Computers 01/716 46-0
FUJITSU SIEMENS COMPUTERS	21T2	21	1600x1200/85	50-160	30-121	300	Trinitron Bildröhre	19.800,- ATS	Fujitsu Siemens Computers 01/716 46-0
HANSOL	2100A	21	1800x1600/70	50-160	30-107	230	BNC-Anschluss	10.990,- ATS	Monitor Import Export GesmbH 01/877 04 86
HANSOL	510A	15	1024x768/70	47-120	30-57	65		2.390,- ATS	Monitor Import Export GesmbH 01/877 04 86
HANSOL	710D	17	1600x1200/75	47-160	30-96	157	Dynaflat	4.290,- ATS	Monitor Import Export GesmbH 01/877 04 86
HANSOL	710P	17	1600x1200/75	47-160	30-96	157		3.590,- ATS	Monitor Import Export GesmbH 01/877 04 86

Hersteller	Produktname	Schirmdiagonale in Zoll	Maximale Auflösung X x Y / Refresh	Bildwiederhol frequenz (Hz)	Zeilenfrequenz (KHz)	Videobandbreite (MHz)	Besonderheiten	Endpreis (inkl MwSt.)	Bezugsquelle
HANSOL	900P	19	1600x1200/75	47-150	30-96	158		5.190,- ATS	Monitor Import Export GesmbH 01/877 04 86
HANSOL	920eF	19	1792x1344/75	50-160	30-110	230	Hitachi e-Flat Bildröhre	5.990,- ATS	Monitor Import Export GesmbH 01/877 04 86
HITACHI	CM625ET	17	1600x1200/75	50-160	31-95	133		a.A.	Hitachi 0049/89/99 180 315
HITACHI	CM771ET Plus	19	1280x1024/85	50-160	31-96	203	Shadowmask Flatscreen Bildröhre	a.A.	Hitachi 0049/89/99 180 315
HITACHI	CM772ET	19	1600x1280/85	50-160	31-115	230	0,21mm Punktabstand	a.A.	Hitachi 0049/89/99 180 315
HITACHI	CM815ET Plus	21	2048x1536/75	50-160	31-130	270	2xD-sub, optional USB-Hub, inkl. Colorific Colour Calibration Software, 0,21mm Punktabstand; div. Modellvarianten	a.A.	Hitachi 0049/89/99 180 315
IIYAMA	Vision Master 406	17	1600x1200/68	50-180	30-86	130	Flat Shadow Mask	5.100,- ATS	LASSER EDV 03682/245 12-0
IIYAMA	Vision Master 451	19	1920x1440/76	50-160	30-115	300	Toshiba Microfilter Bildröhre	8.240,- ATS	LASSER EDV 03682/245 12-0
IIYAMA	Vision Master 452	19	1600x1200/76	50-180	30-96	160	Flat Shadow Mask	6.912,- ATS	LASSER EDV 03682/245 12-0
IIYAMA	Vision Master 505	21	1840x1440/73	50-180	30-110	280	Flachbildröhre, 0,25mm Lochmaske	13.824,- ATS	LASSER EDV 03682/245 12-0
IIYAMA	Vision Master Pro 1411	17	1280x1024/65	50-160	30-70	110	Diamondtron NF Bildröhre	4.380,- ATS	LASSER EDV 03682/245 12-0
IIYAMA	Vision Master Pro 411 (A705MT)	17	1600x1200/68	50-180	30-86	130	Diamondtron NF Bildröhre	5.100,- ATS	LASSER EDV 03682/245 12-0
IIYAMA	Vision Master Pro 451	19	1840x1440/76	50-180	30-115	300	Mitsubishi Diamondtron NF Bildröhre, 2 x D-SUB mini 15 pin, USB-Hub: 4 Down, 1 Up; Lautsprecher	9.096,- ATS	LASSER EDV 03682/245 12-0
IIYAMA	Vision Master Pro 452	19	1600x1200/76	50-180	30-96	160	Diamondtron NF Bildröhre, Bildschirm horizontal und vertikal absolut flach	7.998,- ATS	LASSER EDV 03682/245 12-0
IIYAMA	Vision Master Pro 510	22	2048x1536/80	50-160	30-130	260	Diamondtron NF Bildröhre, besonders für DTP geeignet, BNC und D-sub	15.299,- ATS	LASSER EDV 03682/245 12-0
IIYAMA	Vision Master Pro 512	22	1920x1440/72	50-180	30-110	280	Diamondtron NF Bildröhre, 2 x D-sub	14.550,- ATS	LASSER EDV 03682/245 12-0
IIYAMA	Vision Master S900MT1	19	1600x1200/76	50-160	30-95	200	Einstiegsmodell in 19 Zoll-Klasse	5.454,- ATS	LASSER EDV 03682/245 12-0
LG ELECTRONICS	LG 221U	21	1600 x 1200/90	50-200	30-115	250	Digital Eye, 4-fach USB Hub, Workstation Anschluss	14.040,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
LG ELECTRONICS	LG 771G	17	1280 x 1024/60	50-160	30-70	110	Preisgünstiger Einsteiger-Monitor	3.420,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
LG ELECTRONICS	LG 77M	17	1280 x 1024/60	50-160	30-70	110	Lautsprecher, Mikrofon, Kopfhöreranschluss	4.460,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
LG ELECTRONICS	LG 795E	17	1600 x 1200/75	50-160	30-96	203		4.020,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
LG ELECTRONICS	LG 995E	19	1600 x 1200/75	50-160	30-96	203		6.190,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
LG ELECTRONICS	LG 995SU	19	1600 x 1200/75	50-160	30-96	203	Short-Neck, 4-fach USB Hub	6.290,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
LG ELECTRONICS	LG 99G	19	1600 x 1200/75	50-160	30-96	203	Monitorstellfuß abnehmbar	5.520,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
LG ELECTRONICS	LG Flatron 793FT	17	1600 x 1200/75	50-160	30-96	203	Flatron Bildröhre	5.150,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
LG ELECTRONICS	LG Flatron 795FTPlus	17	1600 x 1200/7	50-160	30-96	203	4-fach USB Hub	5.460,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
LG ELECTRONICS	LG Flatron 915FTPlus	19	1600 x 1200/85	50-200	30-110	235	4-fach USB Hub, BNC	8.200,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
LG ELECTRONICS	LG Flatron 995FT	19	1600x1200/75	50-160	30-96	203	4-fach USB Hub	6.820,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
MAXDATA	Belinea 10 30 25	17	1280x1024/65	50-160	30-70	110	3 Jahre Garantie inkl. Bildröhre, 3 Jahre Garantie-Austausch-Service,TCO 99	3.590,- ATS	MAXDATA 01/277 89-0
MAXDATA	Belinea 10 30 45	17	1600x1200/65	50-160	30-86	150	Anspruchsvoller Office-Monitor, 3 Jahre Garantie inkl. Bildröhre, 3 Jahre Garantie-Austausch-Service,TCO 99	4.020,- ATS	MAXDATA 01/277 89-0
MAXDATA	Belinea 10 30 50	17	1600x1280/70	50-160	30-95	150	Super High Contrast Bildröhre, 3 Jahre Garantie inkl. Bildröhre, 3 Jahre Garantie-Austausch-Service,TCO 99	5.460,- ATS	MAXDATA 01/277 89-0
MAXDATA	Belinea 10 30 80	17	1600x1280/70	50-160	30-95	234	Diamondtron NF (Naturally Flat) Bildröhre, 3 Jahre Garantie inkl. Bildröhre, 3 Jahre Garantie-Austausch-Service,TCO 99	6.180,- ATS	MAXDATA 01/277 89-0
MAXDATA	Belinea 10 60 60	19	1600x1280/70	50-160	30-95	203	Super High Contrast Bildröhre, D-Sub und BNC, 3 Jahre Garantie inkl. Bildröhre, 3 Jahre Garantie-Austausch-Service	7.620,- ATS	MAXDATA 01/277 89-0
MAXDATA	Belinea 10 60 65	19	1600x1200/75	50-160	30-96	150	U-Art Bildröhre, 3 Jahre Garantie inkl. Bildröhre, 3 Jahre Garantie-Austausch-Service,TCO 99	5.750,- ATS	MAXDATA 01/277 89-0
MAXDATA	Belinea 10 60 80	19	1920x1440/75	50-160	30-110	261	Diamondtron NF Bildröhre, D-Sub und BNC, 3 Jahre Garantie inkl. Bildröhre, 3 Jahre Garantie-Austausch-Service	8.190,- ATS	MAXDATA 01/277 89-0
MAXDATA	Belinea 10 80 25	21	1600x1280/80	50-160	30-107	261	Super High Contrast Bildröhre, BNC-Anschluss & D-sub, 3 Jahre Garantie inkl. Bildröhre, 3 Jahre Garantie-Austausch-Service,TCO 99	13.230,- ATS	MAXDATA 01/277 89-0
MAXDATA	Belinea 10 80 80	22	2048x1536/75	50-160	30-121	320	Diamondtron NF Bildröhre, D-Sub und BNC, 3 Jahre Garantie inkl. Bildröhre, 3 Jahre Garantie-Austausch-Service	15.830,- ATS	MAXDATA 01/277 89-0
NEC-MITSUBISHI	Mitsubishi Diamond Plus 220	22	1920 x 1440/50-73	55-160	31-110	330	sRGB (automatische Farbkalibrierung), Schwarzwertkennung	15.640,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
NEC-MITSUBISHI	Mitsubishi Diamond Pro 2060u	22	1920 x 1440/50-80	30-121	31-110	360	sRGB (automatische Farbkalibrierung), USB, Autosizing, Selbstdiagnose	19.700,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0

CRT-MONITORE

Hersteller	Produktname	Schirmdiagonale in Zoll	Maximale Auflösung X x Y / Refresh	Bildwiederholfrequenz (Hz)	Zeilenfrequenz (KHz)	Videobandbreite (MHz)	Besonderheiten	Endpreis (inkl MwSt.)	Bezugsquelle
NEC-MITSUBISHI	Mitsubishi Diamond Pro 730	17	1600x1200/50-76	55-160	31-96	210	sRGB (automatische Farbkalibrierung)	5.690,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
NEC-MITSUBISHI	NEC MultiSync 700+	17	1280x1024/60	55-120	31-70	120	Professioneller CRT mit DIAMONDTRON Bildröhre Naturally Flat Streifenmaske für absolut planes Bild	4.900,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
NEC-MITSUBISHI	NEC MultiSync 700M+	17	1280x1024/60	55-120	31-70	120	Audiofunktionen: 2x1 Watt, 8 Ohm, Kopfhöreranschluß, Stummschaltung	5.250,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
NEC-MITSUBISHI	NEC MultiSync 750+	17	1600 x 1200/76	50-160	31-96	210	Professioneller CRT Monitor mit DIAMONDTRON Bildröhre Naturally Flat Streifenmaske für absolut flaches und verzerrungsfreies Bild	5.700,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
NEC-MITSUBISHI	NEC MultiSync 75F	17	1280x1024/66	55-120	31-70	110	Günstiger Einsteiger-Monitor mit absolut planem Bild	4.490,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
NEC-MITSUBISHI	NEC MultiSync 95F	19	1600 x 1200/76	50-160	31-96	240	Ultraflache Bildröhre mit Streifenmaske für absolut flaches Bild, weniger Bildschirmreflexion	6.570,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
NEC-MITSUBISHI	NEC MultiSync FE1250+	22	1920 x 1440/50-73	50-160	31-110	290	sRGB (automatische Farbkalibrierung), PC Professional Testsieger 5/2001	15.320,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
NEC-MITSUBISHI	NEC MultiSync FE950+	19	1792x1344/55-68	50-160	31-96	270	sRGB (automatische Farbkalibrierung)	8.750,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
NEC-MITSUBISHI	NEC MultiSync FP1370	22	2048 x1536/80	55-160	31-130	355	USB, Autosizing	19.280,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
NEC-MITSUBISHI	NEC MultiSync FP950	19,5	1920x1440/73	55-160	31-110	284	Diamondtron NF-Bildröhre für absolut flaches Bild, dynamische Konvergenzkontrolle	10.940,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
NEC-MITSUBISHI	NEC MultiSync V721	17	1280x1024/66	55-120	31-70	110	Weniger Bildschirmreflexion	3.900,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
NEC-MITSUBISHI	NEC MultiSync V921	19	1600 x 1200/77	50-160	31-96	208	Erweiterte Kontrollfunktion für perfekte Bilddarstellung	5.990,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
PHILIPS	107P20	17	1920x1440/60	60-115	30-92	234	XSD = Extra Space Design, nur 41,9 cm Tiefe, Light Frame für brillante Foto- und Videodarstellung, optional: Multimedia Standfuß	5.990,- ATS	Österr. Philips Industrie Ges.m.b.H. 01/601 01-0
PHILIPS	107T20	17	1280x1024/60	60-85	30-71	108	XSD = Extra Space Design, Light Frame für brillante Foto- und Videodarstellung	4.690,- ATS	Österr. Philips Industrie Ges.m.b.H. 01/601 01-0
PHILIPS	109B20	19	1920x1440/60	60-85	30-97	234	XSD = Extra Space Design, nur 44,8 cm Tiefe, Light Frame für brillante Foto- und Videowiedergabe, optional: Multimedia Standfuß, USB Hub	7.990,- ATS	Österr. Philips Industrie Ges.m.b.H. 01/601 01-0
PHILIPS	109P20	19	1800x1350/85	85-100	30-111	261	XSD = Extra Space Design, nur 43,8 cm Tiefe, ICE Technologie, Ato Calibrate	8.990,- ATS	Österr. Philips Industrie Ges.m.b.H. 01/601 01-0
PHILIPS	201B10	21	1920x1440/70	70-86	30-107	261	XSD = Extra Space Design, nur 46,7 cm Tiefe, Auto Calibrate, optional: USB Hub	14.990,- ATS	Österr. Philips Industrie Ges.m.b.H. 01/601 01-0
PHILIPS	201P10	21	2048x1536/75	75-86	30-121	320	Ice Technologie, Auto Calibrate, optional: USB Hub	19.990,- ATS	Österr. Philips Industrie Ges.m.b.H. 01/601 01-0
SONY	Multiscan A220	17	1280x1024/66	48-120	30-70		Trinitron-Bildröhre, TCO 92	4.990,- ATS	Sony Austria GmbH 01/610 50-0
SONY	Multiscan A420	19	1600x1200/78	48-120	30-96		USB-Hub, TCO 92	7.990,- ATS	Sony Austria GmbH 01/610 50-0
SONY	Multiscan E100	15	1280x1024/66	48-120	30-70			3.890,- ATS	Sony Austria GmbH 01/610 50-0
SONY	Multiscan E220		1280x1024/81	48-120	30-85		Trinitron-Bildröhre	5.990,- ATS	Sony Austria GmbH 01/610 50-0
SONY	Multiscan E400	19	1600x1200/78	48-120	30-96		Trinitron-Bildröhre	8.490,- ATS	Sony Austria GmbH 01/610 50-0
SONY	Multiscan E500	21	1600x1200/88	48-160	30-109		Trinitron-Bildröhre	15.990,- ATS	Sony Austria GmbH 01/610 50-0
SONY	Multiscan F520	21	2048x1536/86	48-170	30-137		Trinitron-Bildröhre, D-sub & BNC, USB-Hub	21.990,- ATS	Sony Austria GmbH 01/610 50-0
SONY	Multiscan FW900	24	1920x1200/98	48-160	30-121		Trinitron-Bildröhre, USB-Hub, BNC & D-sub, 16:10 Anzeigeformat für die Anzeige von zwei vollen A4-Seiten	31.990,- ATS	Sony Austria GmbH 01/610 50-0
SONY	Multiscan G220	17	1600x1200/76	48-170	30-96		Trinitron-Bildröhre	6.690,- ATS	Sony Austria GmbH 01/610 50-0
SONY	Multiscan G420	19	1600x1200/89	48-170	30-110		Trinitron-Bildröhre, USB-Hub	10.990,- ATS	Sony Austria GmbH 01/610 50-0
SONY	Multiscan G520	21	1800x1440/87	48-170	30-130		Trinitron Bildröhre, 2 x D-sub 15, USB Hub (1+4)	19.990,- ATS	Sony Austria GmbH 01/610 50-0
TAXAN	EV-2285	22	1920x1440	50-180	30-121	200	0,25mm Pixelabstand, BNC-Anschluss	15.990,- ATS	Monitor Import Export GesmbH 01/877 04 86
TAXAN	EV-975	19	1600x1200/75	50-160	30-95	160	4+1 USB Hub, 0,26mm Punktabstand	7.290,- ATS	Monitor Import Export GesmbH 01/877 04 86
TAXAN	EV-985	19	1600x1200/77	50-180	30-96	200	Diamondtron NF Bildröhre	7.290,- ATS	Monitor Import Export GesmbH 01/877 04 86
TAXAN	VV-2175	21	1600x1200/75	50-160	30-95	203		11.890,- ATS	Monitor Import Export GesmbH 01/877 04 86
TECO	Relisys 17"	17	1600x1200/65	50-160	30-95	175	Teco Visual Flat bzw. Samsung Dynaflat	a.A.	Asguard Computer GesmbH. 01/734 67 09
TECO	Relisys 19"	19	1600x1200/75	50-160	30-95	202,5	Mitsubishi Natural Flat Diamondtron	a.A.	Asguard Computer GesmbH. 01/734 67 09
VIDEOSEVEN	E110P	21	1600x1200/110					12.490,- ATS	Ingram Macrotron GmbH 01/408 15 43-0
VIDEOSEVEN	N95S	19	1600x1200/95					5.490,- ATS	Ingram Macrotron GmbH 01/408 15 43-0
VIDEOSEVEN	N96DN	19	1600x1200/96				Mitsubishi Diamontron Natural Flat Bildröhre	7.490,- ATS	Ingram Macrotron GmbH 01/408 15 43-0
VIDEOSEVEN	S70	17	1280x1024/70				Punktabstand 0.27mm	3.490,- ATS	Ingram Macrotron GmbH 01/408 15 43-0
VIDEOSEVEN	S98M	17	1600x1200/98				Lautsprecher, Mikro-Anschluss	4.490,- ATS	Ingram Macrotron GmbH 01/408 15 43-0
VIDEOSEVEN	S98SD	17	1600x1200/98				Dynaflat	4.490,- ATS	Ingram Macrotron GmbH 01/408 15 43-0
VIDEOSEVEN	Z121DN	22	1920x1440/121				Mitsubishi Diamontron Natural Flat-Bildröhre, BNC, inkl. 3 Jahre Vor-Ort-Garantie	13.990,- ATS	Ingram Macrotron GmbH 01/408 15 43-0

Meine Freunde, die Leprechauns, sind eigentlich keine Leisetreter. Sie können jedoch so schnell erscheinen, sich auf meiner Tastatur so plötzlich materialisieren, dass es wirkt, als hätten sie die letzte Stunde dort verbracht. Und heute waren die Leprechauns wieder einmal auf einen Schlag präsent, so dass mich Mister Radiants erste Frage völlig unvorbereitet erwischte. Abgesehen davon ärgerte ich mich ein wenig, dass er, wie es Fabelwesen oft tun, meine Gedanken gelesen hatte.

Evan Mahaney

Übersetzt aus dem Amerikanischen von Reinhard Gantar

Internet - wohin ?

In seiner unverblümten Art fragte Mister Radiant: „Wie ist das nun, O Feinschmekker der Knusperkringel, denkt Ihr, dass das Internet jemals zu seinem ursprünglichen Konzept zurückfinden wird?“

Natürlich stellte Mister Radiant damit eine sehr gescheite Frage. Seit einiger Zeit beklage ich mich darüber, dass das Internet mit Haut und Haaren in die Kontrolle der Unternehmen übergegangen ist - den großen Weltkapitalverband, wie die Leprechauns das einmal nannten. Firmeninteressen und -steuerung mögen nicht nur schlecht sein, aber der zugehörige Menschenschlag, mit all seinen profanen Talenten, weiß noch immer nicht so recht, was er mit dem Internet eigentlich tun soll. Sie halten den Tiger am Schweif und wissen nicht, ob sie loslassen oder ob und wie sie sich weiter vorwagen sollen.

Und so vermisse ich die schrullige kleine Welt der nicht am Gewinn interessierten Individualisten rund um den Globus, die einmal die treibende Kraft hinter dem Internet waren. Wir schickten einander Nachrichten - von Europa nach Amerika nach Israel nach Südafrika nach Neuseeland nach Brasilien... weltbewegendes stand natürlich nicht darin, es war meistens nicht mehr als „Hallo Neuseeland! Ist das nicht toll? Wir haben hier herrliches Wetter in den USA. Wie ist das bei Euch?“ Wir waren ja so eloquent in den alten Tagen.

Es gab ein halbes Dutzend Gratisprogramme für E-Mail. Eudora war damals der Marktführer; wir hatten ja keine Ahnung, dass die Firma in Verbindung mit Qualcomm eines Tages ein Wall Street-notierter Markenname sein würde. Steve Doner, Eudoras Gründer, beantwortete seine elektronische Post in jenen unschuldigen Tagen noch persönlich.

Mit Hilfe der Leprechauns schrieb ich eine Kolumne mit der These, dass das Internet zu groß, zu individualistisch, zu unabhängig werden würde, um jemals von der Geschäftswelt vereinnahmt zu werden.

Frau Donner, eine meiner liebsten Leprechauns, klopfte mir auf einen Finger und erklärte: „Seht her, auch wir vermissen manchmal die Idylle der alten Tage, aber es ist doch nicht das Ende der Welt...“

Ich stimmte ihr zu. Es ist nicht das Ende der Welt. Mein Problem ist, dass es gerade die Mitte ist, und ich lieber genau wüsste, wie dieses Spiel noch endet. Jetzt, da die Herren in Schlips und Kragen totale Kontrolle darüber haben, was wir einst das World Wide Web nannten - was werden sie damit anstellen? Ich wandte mich an Mr. Mature, einen der erfahrensten Leprechauns, und fragte ihn, ob er mir fünf Firmen nennen könne, die aus ihrer Web-Präsenz Gewinne lukrierten.

Er lächelte ein wenig - es war ein ironisches Lächeln - und ich ahnte, dass sich in seinem Geist eine Spitzbüberei zusammenbraute. „Well“, brummte er, „es gibt da diese Pornosites.

Die scheffeln Tonnen von Geld.“ Er grinste und fuhr fort: „Aber ich weiß natürlich worauf Ihr hinauswollt, O Kenner der böhmischen Cremegolatschen; die Firmen pumpen Millionen von Dollars in das Internet - für nichts. Unsere fröhliche Schar der Leprechauns haben erst vor kurzem die Zeitungen und Magazine am Internet durchsucht. Es waren wirklich viele gute darunter, aber keine dieser Publikationen arbeitet mit Gewinn.

„Die meisten reinen Internet-Zeitschriften - beispielsweise *Salon* oder *Slate*, die keine gedruckte Fassung bieten - bluten Geld wie ein torpedierter Walfisch. *Salon* bekennt sich zu

Verlusten von 22 Millionen Dollar im Jahr 2000, und natürlich wird es heuer zumindestens ebensoviel werden. Wir haben keine Anhaltspunkte dafür, wieviel es bei *Slate* ist. Das Blatt gehört Microsoft, und die hält sich bedeckt. Es ist aber garantiert noch mehr als bei *Salon*."

Frau Splainit, die eine alte Polterin sein mag, aber ziemlich auf Draht sein kann, mischte sich ein: „In Wirklichkeit verdient keiner der reinen Internetspieler Geld - außer den Pornomaxeln. Sie haben aber hochtrabende Ideen, womit sie in Zukunft in die Gewinnzone kommen. Aber, und jetzt kommen wir zu dem, wovon ich glaube, dass Ihr darauf in Wirklichkeit hinauswollt" - Frau Splainit strahlte mich an - „Was passiert, sobald die Erbsenzähler das Ruder übernehmen?"

Ich erwiderte ihr Grinsen. Das macht mir tatsächlich Kopfzerbrechen. Die Economy in den USA, Europa und in den meisten anderen bedeutenden Handelszonen scheint sich zu verlangsamen. Sogar ohne eine voll entwickelte Rezession werden die Controller und Aktionäre beginnen, an den Geldtransfusionen ins Internet zu zweifeln. Es wäre nett, wenn sie das Internet einfach aufgäben und wir in eine Welt der Dackelpages zurückkehren könnten: „Das ist Kasimirs Internet-Präsenz. Sie sind Besucher Nummer 21. Hier ein Bild von meinem Dackel Lumpi. Hier klicken, um meinen neuen Videorekorder zu betrachten." So dumm diese Seiten waren, es machte Spaß, sie zu besurfen - und der gute alte Kasimir versuchte nicht, Namen auszuspähen oder Cookies in den Computer zu schummeln oder einem Username und Password registrieren zu lassen, um seine Site zu besuchen.

Die Herren in Schlips und Kragen werden das Internet aber nicht in Ruhe lassen. Das ist das einzige, was ich sicher weiß - auch ohne Nachhilfe durch die Leprechauns. Den Herren in Schlips und Kragen *gehört* das Internet heute, und in ihm tummelt sich eine so gewaltige Masse an Menschen, dass sie es nicht ignorieren können, auch wenn sie im Augenblick ratlos sind, was sie tun sollen. Ich wandte mich an meine fabelhaften Freunde und fragte sie nach ihrer Meinung.

Es war der klar denkende und sprechende Mister Fuuturiste der sich als erster traute: „Trotz der Tatsache, dass ich unrecht hatte mit der Auffassung, dass das Internet ewig jung und unschuldig bleiben würde, haben mich die Jahre gelehrt, dass die Sünde immer über die Unschuld triumphiert und das systematische Business immer über den Individualismus.

Wenn die Geschäftsleute nicht erreichen, dass die Menschen ihre Waren über Web-Präsenzen einkaufen, obwohl die Web-Ads immer größer und penetranter werden, dann werden die Geschäftsleute drastische Maßnahmen ergreifen. Sie werden sich an die Regierungen wenden.

„Und das könnte alles mögliche ergeben, es wäre unseriös ab hier weiter zu spekulieren. Eure geschätzten Leser müssen das auf eigene Verantwortung selbst tun. Ich kann aber sagen, dass die Geschäftswelt das Spielfeld wieder einmal verändern wird. Irgendwie werden sie hier einen Groschen und dort einen Schilling vom Benutzer bekommen - dem Normalverbraucher. Ich kann sagen, dass die Tage der Unschuld für immer vorbei sind. Und ich kann sagen, dass das Internet sein Geld wird verdienen müssen."

Ich blinzelte vor Erstaunen. Und dann waren die Leprechauns verschwunden. Was die Leprechauns zu sagen gehabt hatten, das hatten sie gesagt. In 10 Jahren würden wir wissen, ob es richtig war. ❑

Phrasen, die übersetzt werden müssen

Das Zitat: „Europa, der Mittlere Osten und Afrika lieferten Erträge von 1.2 Milliarden Dollar, leicht rückläufig von den 1.26 Milliarden, die das dritte Quartal letzten Jahres brachte. Für die ersten 9 Monate für das fiskale 2001 waren die Erträge bei 3.72 Milliarden, 4 Prozent weniger als in den ersten 9 Monaten 2000. Geschwächte lokale Währungen hatten auf unsere Erträge einen negativen Einfluss."
Die Umstände: Aus Microsofts letztem SEC 10K-Report.
Die Übersetzung: Europa und der Rest der Welt liebt uns noch immer heiß. Wenn nur die blöden Wechselkurse nicht wären.

- - - - - - - - - -

Das Zitat: „Ausgaben für Forschung und Entwicklung stiegen im dritten Quartal um 10 Prozent gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres, auf 1.07 Milliarden Dollar."
Die Umstände: Aus Microsofts letztem SEC 10K-Report.
Die Übersetzung: Wir geben für Forschung und Entwicklung soviel Geld aus wie wir in Europa, dem Mittleren Osten und Afrika einnehmen. Wir tun das, damit uns alle weiterhin heiß lieben. Und Ihr liebt uns doch heiß, oder?

- - - - - - - - - -

Das Zitat: „Microsoft hat keine substantiellen langfristigen Schulden. Das Vermögen der Aktionäre beläuft sich am 31. März 2001 auf 48.09 Milliarden Dollar. Microsoft wird weiterhin in den Verkauf, Marketing und Product Support investieren. Zusätzlich werden die Aktivitäten bei Forschung und Entwicklung Investitionen in existierende und entstehende Gebiete der Technik beinhalten, darunter der Erwerb zur Akquisition von Technologie."
Die Umstände: Aus Microsofts letztem SEC 10K-Report.
Die Übersetzung: Mit fast 50 Milliarden an Vermögen und 20 Milliarden Cash auf der Bank können wir tun was uns beliebt. Wir wollen, dass uns alle heiß lieben. Und Ihr liebt uns doch heiß, oder?

- - - - - - - - - -

Das Zitat: „Wenn man etwas von einer Reise mitbringt, sollte man oft vorsichtig sein. Wenn man etwas von einer Reise in den Weltraum mitbringt, sind wir sehr vorsichtig und bestehen auf Quarantäne. Das Ding wird versiegelt und hochsicher verwahrt."
Die Umstände: Margaret Race vom SETI Institute und Beraterin der NASA über die Marssonde, an der sie arbeiten. Ihr Kommentar bezieht sich auf die Handhabung von Staub und Gestein, das nach der Landung auf der Erde erst einmal hochsicher verwahrt wird.
Die Übersetzung: Klar, wir wissen, dass Tonnen von Marsstaub jeden Tag als Meteoriten zur Erde fällt, aber wir können nie sicher sein. Ein Melissa- oder I Love You-Virus könnte eingeschleppt werden.

Der Fall „Echelon“: Betreiben die USA Wirtschaftsspionage zum Schaden Europas?

Christofer Radic

Verschlusssache Wirtschaftsspionage

Spionageromane liest Gerhard Schmid schon lange nicht mehr. Zum einen, weil ihm als Vizepräsidenten des Europäischen Parlaments schlicht die Zeit dazu fehlt. Zum anderen, weil sich sein persönlicher Spionageroman seit Juli 2000 bei der täglichen Arbeit abspielt.

Echelon heißt das globale und legendenumwobene Abhörsystem des US-Geheimdienstes National Security Agency (NSA) und seiner Verbündeten Kanada, Großbritannien, Neuseeland und Australien. 1998 schreckte es Europa erstmals auf, seit Juli 2000 befasst sich ein Ausschuss des Europäischen Parlaments mit der Frage, was außer wilden Spionagefantasien wirklich hinter Echelon steckt. Nach einem knappen Jahr des Sammelns frei zugänglicher Informationen steht für die Parlamentarier fest: „Es gibt, auch ohne offizielle Bestätigung, ein solches globales Abhörsystem. Interessant ist allein die Frage, was die USA damit machen“, sagt Gerhard Schmid, der als Berichterstatter des Ausschusses fungiert, gegenüber Monitor.

Ein Netz aus 120 lauschenden Satelliten

Genaues Hinhören ist sinnlos. Schon lange knackt es nicht mehr in der Leitung, wenn sich ein unbefugter Dritter in die Unterhaltung einklinkt. Während Polizei und Justiz sich nur in Ausnahmefällen über das Post- und Telefongeheimnis hinwegsetzen dürfen, tun Geheimdienste das regelmäßig. So gut wie alles, was in elektronischer Form zwischen zwei Menschen ausgetauscht wird, läuft über die Datenfilter der Dienste. Der weltweit bedeutendste Dienst dieser Art ist Echelon - ein 1948 durch den UKUSA-Vertrag ins Leben gerufenes weltumspannendes Abhörsystem, von dem bis vor kurzem nicht einmal der Name bekannt war.

120 Satelliten belauschen den globalen Datenverkehr und eine der spannenden Fragen lautet: Benutzen die Echelon-Staaten das System, um Wirtschaftsspionage zu betreiben? Denn mittels des Abhörsystems könnten die Vereinigten Staaten der europäischen Wirtschaft durch Industriespionage Aufträge in Milliardenhöhe entrissen haben.

„Trotz aller Verdachtsmomente kennen wir aber bisher keinen sauber belegten Fall“, sagt Gerhard Schmid. Das Satelliten-Netzwerk fängt zurzeit alles auf, was an elektronischen Botschaften ins All gesendet wird. In Österreich macht dies allerdings nur noch zirka zehn Prozent der gesamten Telekommunikation aus. Dazu überwachen die Geheimdienste einen Teil der Kommunikation über Kabel. Und solange Internet-Daten über amerikanische Knoten, sogenannte Switches, geleitet werden, kontrollieren die NSA-Spezialisten auch das Web. Im mitteleuropäischen Raum haben sie jedoch keine große Chance mehr: „Seit fünf Jahren haben wir einen eigenen Übergabepunkt in Frankfurt am Main. 75 Prozent der mitteleuropäischen Kommunikation im Internet laufen hierüber, nicht über die von den USA kontrollierten Switches“, relativiert Schmid. Auch das Abhören von Telefongesprächen gestaltet sich laut Schmid eher schwierig: Keine Software ist in der Lage, per Spracherkennung sensible Daten herauszufiltern. „Deswegen wurden die Möglichkeiten von Echelon stark überschätzt“, sagt Schmid. „Man kann einfach nicht jedes Fax, jede E-Mail und jedes Telefonat überprüfen.“ Trotzdem bestünden Angriffsflächen: „Gerade, wenn es um einen internationalen Großauftrag geht, ist jede Telekommunikation für das Unternehmen gefährlich.“

Die Menschen entscheiden, wie sicher Kommunikation ist

Klar ist: Das Risiko der feindlichen Spionage besteht, und die europäische Wirtschaft muss sich darauf einstellen. „Der größte Feind der Sicherheit ist immer der Aufwand“, klagt Schmid - allein durch Nachlässigkeit können wertvolle Informationen preisgegeben werden. „Normalerweise werden die für die Konkurrenz interessanten Informationen nicht

per Telekommunikation übertragen. Wer so unvorsichtig ist und das doch tut, den bestraft nur das Leben." Ein großes deutsches Forschungsinstitut beispielsweise kommuniziere unverschlüsselt über E-Mail, dazu noch über das Wissenschaftsnetz, das auch über die USA läuft: „Beim Risikobewusstsein besteht bei uns großer Nachholbedarf."

Schon kursieren Zahlen über den Schaden in mehrstelliger Milliardenhöhe, den die europäische Wirtschaft durch amerikanische Industriespionage erlitten habe. „Ich habe diese Zahlen nie verstanden", sagt Gerhard Schmid, „sie sind allesamt interessengeleitet." Im Klartext: Je größer das Interesse, desto höher die Zahlen. Klar, dass eine Sicherheitsberatungsfirma das Risiko als hoch darstellt. Logisch aber auch, dass sich ausspionierte Unternehmen kaum an die Öffentlichkeit wenden.

Der Bericht der EU

Die EU mag mit ihrem Vorfühlen in Sachen Echelon in den USA abgeprallt sein, doch ihre Bemühungen, gegen die Observierung durch Verbündete vorzugehen, gibt sie nicht

auf. In dem Anfang Juni dieses Jahres veröffentlichten Bericht des Ausschusses unter dem Vorsitz von Gerhard Schmid wird klar gestellt, dass „kein Zweifel besteht, dass ein weltweites Abhörsystem existiert". Die USA weigerten sich bisher, die Existenz des Systems zu bestätigen, erklärten jedoch, dass amerikanische Regierungsbehörden nicht an Wirtschaftsspionage beteiligt seien.

Der Bericht forderte Großbritannien als Mitglied der Europäischen Union auf, seine Verbindung zu Echelon zu überdenken. Es hieß, das Land verletze möglicherweise europäische Menschenrechtsbestimmungen und Verträge mit den EU-Partnern. Washington wurde geraten, ein internationales Abkommen zum Schutz der Privatsphäre der Bürger zu unterzeichnen. Im September dieses Jahres verhandelt das Europäische Parlament

erneut über Echelon und mögliche Gegenmaßnahmen.

Wie funktioniert Echelon?

Spionage ist eine Kunst im Verborgenen: Gerüchte und gezielte Falschinformationen sind im Zusammenhang mit Echelon nur schwer zu trennen. Was bleibt ist ein Rückgriff auf „begründete Annahmen", die auf den wenigen verfügbaren Fakten beruhen.

Das ist die Aufgabe von Echelon: Das Abhörsystem wurde errichtet, um Informationen abzufangen und sie an andere weiterzugeben. Dieser Vorgang vollzieht sich in drei Schritten: a) Die Sammlung aller nur möglicher Informationen, b) ihre Analyse und die Suche nach dem entsprechenden Kontext, sowie c) die Verteilung von Zuständigkeiten. So sammelt Echelon Daten: Hauptquelle für Rohinformationen sind elektronische Signale. Diese werden von Radiowellen, in Kupferleitungen oder mit Glasfaserkabeln transportiert.

Das Abhören von Funk und mobilen Telefongesprächen

Kabel müssen physisch angezapft werden, drahtlos übertragene Signale können dagegen mit wenigen Ausnahmen „remote", das heißt per Fernabfrage, abgehört werden. Im alltäglichen Einsatz bewegen sich diese Signale im Bereich zwischen sehr langen Wellen und Mikrowellen. Jede der Wellenlängen hat ihre eigene Charakteristik. Mittlerweile konzentrieren sich der Funkverkehr auf sehr und ultra hohe Frequenzen. Die früher gerne von Militärs und Geheimdiensten eingesetzten Kurzwellen sind wegen ihrer niedrigen Bandbreite und der geringen Abhörsicherheit aus der Mode gekommen.

Echelon hatte zahlreiche Stationen weltweit, die Kurzwellen-Übertragungen mitschneiden und ihren Ursprung genau feststellen konnten. Mittlerweile gibt es nur noch wenige der HFDF (High Frequency Direction Finding) genannten Stationen. Man erkennt solche Stationen relativ leicht an ihrer charakteristischen Antenne, die wie ein leerer Gasometer aussieht und ungefähr dieselbe Größe hat. Bei sehr hohen Frequenzen werden Radiosignale nur mehrere hundert Kilometer übertragen, bevor sie durch die Erdkrümmung vor Abhörstationen an Land abgeschirmt werden. Trotzdem können sie aus dem Weltall mitgeschnitten werden. Die Satelliten können Mobiltelefone direkt abhören oder die Mikrowellen-Verbindungen, die eine Basisstation mit dem zentralen Netzwerk verbinden. Ebenso mitgeschnitten werden die Signale von Mikrowellen-Netzwerken, die zahlreiche Staaten noch immer als Teil ihrer Infrastruktur unterhalten. Obwohl Mikrowellen sehr genau durch Parabol-Antennen fokussiert werden können, gehen doch einige wenige Signale als Querschläger in den Weltraum und werden dort von Satelliten aufgefangen. Dieses Datenleck dürfte eine der Hauptquellen von Echelon sein.

Bodenstationen und Satelliten

Ein großer Teil der Echelon-Ressourcen ist damit beschäftigt, den Datenverkehr zwischen dem Intelsat-Netzwerk aus geostationären Kommunikations-Satelliten mithilfe von Bodenstationen anzuzapfen.

Darüber hinaus gibt es Hilfs-Stationen nahe bei den offiziellen Intelsat-Bodenstationen, die Mikrowellen-Abstrahlung von Up- und Downlinks mitschneiden. Inmarsat, das maritime Satelliten System, weist Verbindungen zur amerikanischen Regierung auf. Es enthält ein eigenes Überwachungs-System. Auch andere Satelliten, die vorgeblich zivil genutzt werden, können Komponenten tragen, die mit Echelon, der NSA oder anderen Geheimdiensten in Verbindung stehen. Diese Praxis ist bereits seit den allerersten Discovery-Satelliten der USA üblich.

Daten, die die Satelliten gesammelt haben, werden an Ort und Stelle nicht großartig analysiert, sondern verschlüsselt und zur Aufgliederung an das Netzwerk der Echelon-Bodenstationen geschickt. Jede Basis ist für eine bestimmte geographische Region zuständig. Auch am Boden werden Informationen mitgeschnitten: Vor allem geschieht dies in Städten, in denen Botschaften, Brennpunkte örtlicher Mikrowellen-Netzwerke und andere Orte mit einer hohen Konzentration von Mikrowellen-Links stationiert sind. Zu diesem Komplex sind eine Reihe technischer Details bekannt: Unternehmen wie Applied Signal Technology bieten Geräte wie das Monitoringgerät 128 TDM Channel Analyser an, der 12.000 Mobiltelefon-Kanäle gleichzeitig überwachen kann. Es fällt schwer, sich einen Kundenkreis für dieses Gerät vorzustellen, der außerhalb von Geheimdiensten liegt.

Derweil jedenfalls steht bei Gerhard Schmid statt des Spionageromans gerade ein anderes Buch auf dem Schreibtisch: ein Lehrbuch zur Satellitentechnik. ❑

Public Relations (PR) oder auch Öffentlichkeitsarbeit - Unternehmenskommunikations & Medienarbeit - stellt auch in Österreich eine aufstrebende Branche dar, die den in ihr beschäftigten Personen ein höchst interessantes, modernes und zukunftsträchtiges Betätigungsfeld bietet. Gleichzeitig nimmt der Anteil von Frauen in diesem Berufsfeld kontinuierlich zu. Eine Untersuchung im Rahmen einer Dissertation an der Universität Wien nahm die Berufssituation in der österreichischen PR-Branche vor diesem Hintergrund unter die Lupe.

Martina Zowack

Eine boomende Branche auf dem Prüfstand: Frauen in den österreichischen Public Relations

Ein jährliches Wachstum von bis zu 30 Prozent rechtfertigt durchaus bei PR von einer boomenden Branche zu sprechen. Weltweit - so auch in Österreich - absolvieren mehr Frauen als Männer eine Ausbildung in diese Richtung und auch in der Praxis des Berufsfeldes arbeiten bereits rund zwei Drittel Frauen.

Feminisierung von PR

Man spricht im Fall einer deutlichen Zunahme des Frauenanteils (auf rund 70%) auch von der sogenannten Feminisierung eines Berufes. Untersuchungen aus den USA zeigten zum einen negative Folgen des steigenden Frauenanteils in den PR - so u.a. einen geringeren Status, weniger Prestige und sinkende Einkommen - auf. Zum anderem wurden zwei relevante Berufsrollen ausgemacht: der Kommunikationsmanager - der plant, berät und kontrolliert - und der Kommunikationstechniker - der Texte und PR-Materialien jeder Art verfasst - wobei angeblich Frauen überwiegend als Techniker tätig seien.

Die Untersuchung

Die Autorin - seit 1999 PR-Managerin bei Compaq Computer Österreich - führte mittels standardisiertem Fragebogen eine repräsentative Befragung von 470 österreichischen PR-Tätigen aus Agenturen, Unternehmen, Institutionen und der Politik im Rahmen ihrer Dissertation am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien durch. Zentrales Ziel der Untersuchung war - vor dem Hintergrund des zunehmenden Frauenanteils in der österreichischen PR-Branche - die Berufssituation, die berufliche Rolle, das Selbstbild, die Möglichkeiten und Chancen von PR-Frauen im Vergleich zu Männern und die Einstellungen und Haltungen der österreichischen PR-Tätigen und damit die zu erwartenden Trends für die weitere Entwicklung der PR-Branche in Österreich aufzuzeigen.

Grundsätzlich bestätigte die Untersuchung die zunehmende Feminisierung der PR-Branche in Österreich. Bei den jüngeren in die PR nachfolgenden Personen wird der Anstieg von Frauen und damit die zunehmende Feminisierung der PR deutlich. In der PR-Agentur oder PR-Abteilung sind Frauen - mit etwa zwei Drittel - deutlich in der Mehrheit, die leitenden Positionen sind zwar bereits etwa gleichmäßig zwischen Frauen und Männern aufgeteilt, jedoch im Hinblick auf die Dominanz der Frauen nicht adäquat mit Frauen besetzt.

Rund 20% der befragten PR-Tätigen arbeiten in einer PR-Agentur, 13% als selbständige PR-Berater, ebenfalls 13% machen PR für einer Institution oder Behörde, 17% betreiben PR für ein Handelsunternehmen, 19% für ein Produktionsunternehmen und 18% für ein Dienstleistungsunternehmen.

Berufserfahrung & Ausbildung

Frauen in den österreichischen PR sind durchschnittlich sechs Jahre jünger als ihre männlichen Kollegen (Durchschnittsalter allg. 39 Jahre) und verfügen daher auch über entsprechend weniger Berufserfahrung. Ihre Ausbildung ist überdurchschnittlich hoch (89% der Befragten haben ein Hochschulstudium oder einen Hochschullehrgang abgeschlossen), jedoch nicht besser als die der Männer und geprägt von den PR-nahen Ausbildungsformen - Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und Universitätslehrgang für Öffentlichkeitsarbeit.

PR-Tätigkeiten & PR-Rollen

Die am häufigsten ausgeübten PR-Tätigkeiten sind das Schreiben von PR-Texten, die Planung von PR-Maßnahmen und die Herstellung und Pflege von Medienkontakten. Manager- als auch Technikertätigkeiten wird von den Befragten eine hohe Wertigkeit zugeordnet, dennoch schätzt sich die Mehrheit der Befragten eher als Kommunikationsmanager ein.

Die österreichischen PR-Tätigen halten die Trennung in Kommunikationsmanager- und Kommunikationstechnikertätigkeiten für nicht sinnvoll. In der täglichen Arbeit überwiegen unabhängig vom Geschlecht die Technikertätigkeiten.

Die Kombination von Manager- und Technikertätigkeiten scheint sich in der Praxis zu behaupten.

Weiterentwicklung & Einkommen

Allgemein halten über 80 Prozent der Befragten Frauen in den PR Männern gegenüber für gleichgestellt bzw. sogar bevorzugt. Frauen selbst orten für sich in den PR gute Aufstiegschancen und sprechen von einem leichten Berufseinstieg. Auch fühlen sich Frauen bei der Beurteilung ihrer Arbeitsleistung adäquat behandelt.

Was das Einkommen im Vergleich zu Männern betrifft fühlen sich Frauen jedoch benachteiligt, auch wenn der Gehaltsvergleich in der Altersklasse der bis 50-jährigen keine maßgeblichen Gehaltsunterschiede zwischen Frauen und Männern zeigt und das durchschnittliche Bruttoeinkommen pro Monat bei 50.000 Schilling liegt. Bei Einbeziehung der männerdominierten Altersklasse der über 50jahrigen (93% Männer, nur 7% Frauen) führt dieser Alterseffekt noch zu Gehaltsdifferenzen, welche sich jedoch durch die nachkommenden Frauen in den nächsten Jahren ausgleichen dürften.

Beurteilung der Feminisierung

Die österreichischen PR-Tätigen beurteilen die Zunahme des Frauenanteils in den österreichischen Public Relations überwiegend (91%) positiv. PR-Frauen stufen diese Entwicklung insgesamt noch positiver ein als Männer.

Die in den USA georteten negativen Folgen der Feminisierung werden von den österreichischen PR-Tätigen überwiegend nicht gesehen, wobei hier die PR-Männer derartige Folgen für noch ausgeschlossener halten als PR-Frauen.

Karriere & Familie

Die Berufstätigkeit ist den österreichischen PR-Tätigen insgesamt sehr wichtig (98%) sowie berufliche Weiterentwicklung und damit der Wunsch, Führungsaufgaben zu übernehmen. Außerdem wird ein moderner kooperativer Führungsstil eindeutig bevorzugt. Für PR-Frauen ist beruflicher Erfolg noch deutlich enger mit Karriere verknüpft als für Männer. Die österreichische PR-Frau kann als hoch motiviert, zielstrebig und ehrgeizig bezeichnet werden. Sie bringt eine hohe Identifikation mit ihrer Arbeit mit und ist bestrebt, die guten Rahmenbedingungen, die die PR-Branche bietet, für die Karriere zu nutzen.

Außerdem sind PR-Frauen seltener verheiratet, haben weniger Kinder als PR-Männer, leben jedoch überwiegend in einer Partnerschaft. PR-Frauen messen neben dem Beruf/der Karriere, Freizeit und Freunden eine hohe Bedeutung und im Rahmen ihres Lebensmodells Ehe und Kindern weniger Bedeutung bei. PR-Frauen zeigen also eine deutlich ausgeprägtere Orientierung in Richtung Karriere als die PR-Männer.

Was Hausarbeit und noch deutlicher die Betreuung von Kindern betrifft, sind PR-Frauen noch immer deutlich mehr als ihre männlichen Kollegen beansprucht, obwohl bereits ein modernerer, partnerschaftlicher Umgang bemerkbar ist: PR-Frauen erwarten zunehmend von ihren Partnern eine gleichmäßige Beteiligung und vereinbaren Beruf und Familie häufig durch Delegation (Haushaltshilfe, Kinderbetreuung, etc.). PR-Frauen haben zum Großteil ebenfalls berufstätige Partner, sie leben häufig als sogenannte „Dual Career Couples“ zusammen, wo beide berufliche Weiterentwicklung anstreben und das gegenseitige Verständnis für den Beruf relativ hoch ist.

Zukunftsaussichten

Die PR-Branche nutzt heute bereits zunehmend Kommunikationsinstrumente wie Internet und E-Mail für ihre Unternehmenskommunikation.

Der Umgang mit modernen Kommunikationsinstrumenten und daraus resultierend die Zunahme von Online-PR, die stärkere Vernetzung mit anderen Kommunikationsfeldern wie Werbung und Marketing sowie die Verstärkung von unternehmensinterner Kommunikation werden u.a. die weitere Entwicklung dieses Berufsfeldes prägen. ❑

„Die Untersuchung ‚Frauen in den österreichischen Public Relations‘ kommt also durchaus zu positiven Ergebnissen für die österreichische PR-Branche, die für die Zukunft des Berufes Gutes erwarten lassen. Trotz des zunehmenden Frauenanteils scheinen sich die Berufsbedingungen in der österreichischen PR nicht zu verschlechtern, im Gegenteil, das Boomen der Branche bietet allen in ihr Tätigen gute Berufsbedingungen, ein weites und modernes Aufgabengebiet, gute Verdienstmöglichkeiten sowie erfreuliche Zukunftsaussichten. Die österreichische PR-Branche bietet Frauen und Männern gute Karrierechancen und die Zusammenarbeit von Frauen und Männern gestaltet sich weitgehend problemlos.“ - Dr. Martina Zowack, PR-Managerin bei Compaq Computer Austria

Bei Interesse an den detaillierten Ergebnissen der Untersuchung senden Sie bitte ein E-Mail an: martina.zowack@compaq.com

Sommer-Lektüre

zusammengestellt von Rüdiger Maier

Karriere machen

Die ganz Ehrgeizigen werden wohl den Sommer dazu nutzen, Ihre Karriere weiter zu planen. Dafür hat der Eichborn Verlag mit „Karriere in der IT-Branche" von Peter Littig das richtige Buch herausgebracht. Auf 197 Seiten findet man hier Infos über den Berufseinstieg, Tätigkeitsprofile und Zukunftschancen.

Passend dazu ist ebenfalls bei Eichborn der Ratgeber „Optimale Bewerbungsunterlagen. Strategien für die Karriere" von Jürgen Hesse und Hans Christian Schrader erschienen. Der Untertitel „Der Sprung über 100.000 DM Jahresgehalt" verheißt Gutes, das allerdings durch eine professionelle schriftliche Bewerbung verdient sein will.

Rückt man dann der gewünschten Position näher, kann es gewiß nichts schaden, auch über das richtige Marketing Bescheid zu wissen. Zwei Taschenbücher aus dem Metropolitan Verlag geben hier gute Tipps. In „Die Marketing-Konzeption" erläutert der Unternehmensberater Franz Lang in sechs Arbeitsschritten, wie Markt, Produkt und Unternehmen optimal aufeinander abgestimmt werden können. Wer es noch genauer wissen will, findet in „Zielorientiertes Marketing. Marken unverwechselbar aufbauen und positionieren" von Theo Breidenbach interessante Ansätze. Der Erfinder des „HB-Männchens" entwickelte etwa die „Target-Scheibe": Sie macht es leichter, Marktchancen zu finden und diese gegenüber vorhandenen Angeboten abzugrenzen und zu positionieren.

Mast- und Schotbruch

Sommerzeit ist auch Wasserzeit: Hier bietet der Verlag Delius Klasing umfassende Informationen. Im „Bootsmarkt 2001" kann man unter 5.000 Booten und Yachten gustieren, bevor man sich an Deck begibt. Etwa 1.200 farbige Abbildungen stellen einen vor die Qual der Wahl: Ein Kanu, Falt- oder Paddelboot oder lieber doch die 40-m-Megayacht. Der Blick aufs Bankkonto kann sicher bei der Entscheidung helfen. Wer überraschenderweise viel Geld am Konto findet, der sollte sich ruhig ins Buch „Superyachten - Luxus unter Segeln" vertiefen. Der Bildband besticht durch die exzellenten Fotos der besten Yachtfotografen. Ergänzt wird das Buch durch einen ausführlichen Anhang, der alle Superyachten, die seit 1990 weltweit gebaut wurden, mit ihren wichtigsten Details auflistet.

Wer allerdings das nötige Kleingeld nicht vorfindet und sich lieber auf eine Schiffs-Abenteuerreise im Lehnstuhl einlassen will, der ist mit „Im Schatten des Pols - auf Shakletons Spuren im härtesten Meer der Welt" gut beraten. Autor und Abenteurer Arved Fuchs hat sich mit nahezu identischer Ausrüstung aufgemacht, um die aufregende Rettungsaktion der Polarexpedition von Sir Ernest Shakleton im Jahr 1916 nachzuerleben. Knapp einen Monat ist Fuchs unterwegs durch Eisberge bei oft extremem Wind. Da muß man sich auch beim Lesen warm anziehen.

Die Anthologie „Schiffe in der Weltliteratur" von Manfred Gsteiger (DVA/Manesse) lädt ein zu einer transozeanischen Entdekkungsreise, auf der man Vertrautes und Exotisches, Mythologisches und Poetisches, Realistisches und Metaphorisches findet. Mehr als 50 Prosatexte und Gedichte ergeben ein literarisches Logbuch der Seefahrt.

Alle, die lieber ins Wasser hineintauchen, können sich mit dem Welt-Tauchreiseführer (Steiger Verlag) aus 4.000 Tauchbasen an den schönsten Plätzen der Welt das Passende aussuchen. Der Autor Wolfgang Sedelmaier ist selbst seit vielen Jahren begeisterter Taucher. Eine weltweite Fragebogenaktion half dabei, das Buch auf den aktuellsten Stand zu bringen.

Die Vielfalt der CD-ROMs

Die „Digitale Bibliothek" der Berliner Directmedia Publishing kann bereits auf über 50 Publikationen auf CD-ROM verweisen. Die Themen sind dabei sehr vielfältig. Wer sich für historische Gerichtsprozesse interessiert, findet auf der CD-ROM „Interessante Kriminal-Prozesse" die ursprünglich zwischen 1910 und 1921 in zwölf Bänden veröffentlichten Reportagen des Gerichtsreporters Hugo Friedländer. Die 63 dargestellten Gerichtsverfahren aus der Zeit des deutschen Kaiserreichs geben auch Juristen und Historikern interessante Einblicke in historische Gerichtsverfahren. Für literarisch Interessierte hat Mark Lehmstedt auf der CD-ROM „Deutsche Literatur von Frauen" mit 78.000 Seiten von 62 Autorinnen die größte Sammlung von Werken deutscher Autorinnen zusammengetragen, die jemals publiziert wurde. Interessant ist dabei auch der hohe Anteil von seltenen Texten, die gedruckt nur sehr schwer zu finden sind. Eine gedruckte Neuedition dieser Texte hätte einen Umfang von rund 250 Bänden erreicht und wäre sicher nicht für ÖS 749.— erhältlich gewesen. Daneben bietet die Software durch gezielte Abfragen nach Stichworten, Zitaten oder Themen eine rasche Orientierung in dem Textmassiv.

Und auch an die Opernfreunde denkt die Digitale Bibliothek: „Reclams Opernlexikon", die derzeit umfassendste und aktuellste Datenbank zur Welt der Oper, liegt nun digital vor. Die Silberscheibe basiert auf dem sechsbändigen „Lexikon der Opernwelt" (1998) von Rolf Fath, das nochmals aktualisiert und ergänzt wurde. 350 Opern werden ausführlich und weiter 700 in Kurzform vorgestellt.

An verregneten Sommertagen setzen sich Astrologiefreunde gerne an ihren PC und schauen, wie die Gestirne so stehen. Mit „Astro Star Profi" (ÖS 1.162.—) von Christopher Weidner (Navigo Verlag) und dem 230-seitigen Begleitbuch lassen sich die verschiedensten Aspekte des Horoskops einfach erhellen. Das System enthält neben vielen grafischen Möglichkeiten auch Kurzanalysen und Deutungstexte.

Führen und Weiterentwicklung im Beruf

Auf den ersten Blick hat sich Führung in den letzten Jahren grundlegend verändert: Mitarbeiter sind das „wertvollste Kapital" des Unternehmens. Reinhard K. Sprenger entlarvt jedoch in „Aufstand des Individuums. Warum wir Führung komplett neu denken müssen" (Campus) diese Rhetorik der modernen Unternehmensführung als reine Lippenbekenntnisse. Er plädiert dafür, das Unternehmen um das Individuum herum aufzubauen und der Besonderheit des Einzelnen Raum zu geben.

Sind Sie nun vom Entschluß beseelt, etwa im Unternehmen zu verändern, so könnte Ihnen das „Kursbuch Selbstverantwortung. So führen Sie Ihre Mitarbeiter zu mehr Motivation und Leistung" (Campus) einige Anregungen geben. Der Erfolgsautor Ken Blanchard hat das Buch als Prozessbegleiter konzipiert, der den notwendigen Veränderungsprozess Schritt für Schritt beschreibt und die häufigsten Fragen beantwortet.

Läuft dieser Umgestaltungsprozess aller-

dings wider Erwarten nicht ganz nach Ihren Vorstellungen, so könnte es helfen, einen geeigneten Coach für sich selbst zu finden. In „So finden Sie den richtigen Coach“ (Campus) widmet sich die Managementtrainerin Britt A. Wrede umfassend diesem schwierigen Auswahlprozess.

Aus den Mühen des Alltags schwingt sich Mokka Müller in „Das vierte Feld“ (Econ Business) in das „mentale Feld“. Neben dem Gravitations- , dem elektromagnetischen und dem Quantenfeld soll in diesem vierten Feld geistige Substanz übertragen werden. Auf dem Weg zur Bio-Logik versteht Müller das „Netz“ als Sinnbild aller Intelligenz, Kommunikation und Großsysteme. Ein neuer Denkansatz, der sich noch beweisen muß.

In die Ferne schweifen

Ganz dem Abenteuer im Kopf, das Andre Heller so gerne beschwört, ist der „Atlas der Erlebniswelten“ von Jean Klare und Louise van Swaaij (Eichborn Verlag) gewidmet. Die klassische Landkarte wird dabei zur unerschöpflichen Spielwiese der eigenen Phantasie. Die Namen von Orten, Flüssen, Bergen und Tälern werden durch vertraute Begriffe aus unserem Denken, Handeln und Erleben ersetzt. Mit dem Mit- und gegeneinander von emotionalen und geistigen „Landschaften“ wie Geheimnis, Wissen, Tun und Lassen, Berge von Arbeit oder Großes Schlemmen entsteht eine assoziationsreiche Erlebniswelt. Das wahre Abenteuer sind halt doch wir selbst. Ebenfalls bei Eichborn ist „In London treffen wir uns wieder“ von Steffen Pross erschienen. Der Autor geht in dem Buch in vier Londoner Spaziergängen in filigraner Kleinarbeit den Lebensläufen und Hinterlassenschaften deutscher und österreichischer Emigranten nach. Den hier trafen sich die unfreiwillig geflüchteten Elias Canetti, Sigmund Freud, Erich Fried oder Stefan Zweig. Spaziergänge mit Tiefgang durch ein unbekanntes London.

Wenn Sie zur Sommerszeit gerne aufs Motorrad steigen erfahren Sie in „Motorradtouren in Österreich“ (Steiger Verlag) von Rudolf Kuhl und Bruno Schmidt alles Wissenswerte über die schönsten Touren durchs Alpenland. Bis nach Südamerika hat es dagegen den Journalisten Andreas Hülsmann gezogen: In „Auszeit“ (Highlights Verlag) beschreibt er seine Erfahrungen und Erlebnisse während einer sechsmonatigen Motorrad-Tour.

Österreichische Literatur

Möchten Sie den Urlaub dazu nutzen, sich in die österreichische Literatur des 20. Jahrhunderts einzuarbeiten, so gibt es dazu zwei aktuelle Werke. Bei Philipp Reclam jun. Stuttgart ist

„Die österreichische Literatur seit 1945 - Eine Annäherung in Bildern“ von Volker Kaukoreit und Kristina Pfoser herausgekommen. Mit 840 Bildern versuchen die Herausgeber die heimische Literaturszene zu beleuchten und die wichtigsten Stationen zu illustrieren. Spezialisten haben Kurzeinführungen in die verschiedenen heimischen Literaturregionen übernommen oder beleuchten Sonderaspekte wie etwa die Wiener Gruppe oder das Grazer „Forum Stadtpark“.

Ein umfassendes „Lexikon der österreichischen Exilliteratur“ legen Siglinde Bolbecher und Konstantin Kaiser im Deuticke Verlag vor. Das gesamte Geistesleben Österreichs und eben auch die Literatur hat durch die nationalsozialistische Herrschaft einen verheerenden Aderlaß erfahren: Die Alpenrepublik hält noch dazu einen einsamen Rekord am Anteil Exilierter in der Literatur in dieser Zeit. Mit 700 Einträgen ist das Buch entsprechend umfangreich ausgefallen und stimmt nachdenklich.

Wer angesichts der vielen Biographien zum Nachforschen über die eigene Lebensgeschichte angeregt wurde, kann sich in „Lebenslauf und Lebenskunst“ von John Kotre (Hanser) auf die Suche nach dem eigenen „roten Faden“ machen. Der Psychologe Kotre zeigt hier auf, wie man lernen kann, im richtigen Moment herkömmlichen Pfaden zu folgen oder sie zu verlassen. ❑

Inserentenverzeichnis: 7-8/2001

Allied Telesyn . . . . . .Beilage
Brain Austria 25
Contrast Management Consulting. 30,31
IBM 15
Iiyama 9
Imperial Business Network 51
Jet2Web 7
Lucent Technologie 23
MA 53 42,43
Medea 39
Messe Basel 29
Minolta 11
Nokia U.2
Paybox 17
Plextor 19
Plaut 13
Pürk 73
Reed Messe IFABO 27
Rittal 47
Schoeller Network Control 55
Trend Micro U.4

Impressum: Monitor

Medieninhaber,Verleger und Herausgeber: Bohmann Druck und Verlag Ges.mbH & Co KG, Leberstr. 122, A-1110 Wien, Telefon 01/ 74095-410 , Telefax 01/ 74095-425, E-Mail: office@monitor.co.at, www.monitor.co.at - *Chefredakteur:* DI Rüdiger Maier (Mai) - *Redaktion:* Mag. Dominik Troger (dat) - *Redaktion Schwerpunktthemen:* Ilse & Rudolf Wolf - *Autoren:* Hans-Peter Bürgler, Jochen Ewe, Christian Henner-Fehr, Reinhard Gantar, Barbara Heckerott, Ing. Adolf Hochhaltinger, Hannes Jansky, Werner A. Leeb, Evan Mahaney, David Mohan, David Ortner, Christofer Radic, Werner Schulz, Uwe G. Seebacher, Klaus Thomas, Michael Winkler, Martina Zowack - *Anzeigenleitung:* Mag. Engelbert Haidinger - *Technischer Leiter & Layout:* Gerhard Hegedüs (hege) - *Layout:* Petra Langecker - *Anzeigenverwaltung:* Hildegard Fatahtouii - *Aboverwaltung:* Bohmann Aboservice: Tel.:01-74095-496, E-Mail: abo.zv@bohmann.co.at - *Druck:* Leykam Druck Ges.m.b.H., Werk Gutenberg, Johannes-Gutenberg-Straße 5, A-2700 Wiener Neustadt - *Verlags- und Herstellungsort:* Wien - *Vertrieb:* Morawa - *Erscheinungsweise:* 11 x im Jahr plus drei Special Issues: „HARDWARE“, „SOFTWARE“, „KOMMUNIKATION“ - *Einzelverkaufspreise:* öS 42,- / 3.05 € (Standardausgabe) und öS 100,- / 7.26 € (- Special Issues). - *Anzeigenpreise:* Es gilt die Anzeigenpreisliste laut Mediadaten 2001 - Monitor-Jahresabo öS 385.- / € 27,97- Auslandsabo: zuzgl. Versandspesen 320.- Schilling / € 23,25 *Bankverbindung:* Bank Austria - Blz.: 20151, Kto.: 653 092 700, Creditanstalt Bankverein - Blz.: 11000, Kto.: 0066-42763/ 00 - *DVR:* 0408689 - *FBNR:* 9642f/ FB - *Gericht:* HG Wien - *ARA Liz.-Nr.:* 1214 - *UID* ATU10940909 -

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Haftung übernommen. Die veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Vervielfältigung, Nachdruck oder Übersetzung sind ebenso wie die Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und das Anbieten über Online-Dienste nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages erlaubt.

http://www.monitor.co.at

Monitor

Das Magazin für Informationstechnologie

ABONNIEREN UND RELAXEN*

11 x + + HOTEL-SCHECK*

* zu jedem MONITOR - Jahresabo erhalten Sie einen Hotelgutschein für 2 Personen. Entspannen Sie 2 Tage/1 Nacht in einem 4-Stern-Wellness-Hotel der Cordial-Gruppe Ihrer Wahl.

Ihre Abo-Vorteile:

* monatliche Top-Informationen aus der IT-Branche + 3 MONITOR-Special-Issues mit Marktübersichten und - trends.
* alle 14 Ausgaben zum vergünstigten Jahresabopreis von ATS 385.- / € 27,97 (Summe der Einzelverkaufspreise: ATS 762.- / € 55,36), Sie sparen 50%!
* Ihr persönliches Exemplar, pünktlich und regelmäßig

Jetzt losschicken!

per Fax
(01) 740 95-425

per Post an
Bohmann Druck und Verlag GmbH & Co.KG
Monitor
Leberstraße 122
A-1110 Wien

per E-Mail
office@monitor.co.at

Abo-Hotline
(01) 740 95-496

❑ **Ja,** ich bestelle ein Monitor-Jahresabo inkl. Hotelscheck um nur 385,- / € 27,97 (Angebot gilt bis 31.12.2001)*

Preis inkl. Versandkosten. Dieses Angebot kann auf bestehende Abos nicht angerechnet werden.

Name _____

Firma _____

Straße _____

Plz, Ort _____

Telefon _____

Ich bezahle das Abo sofort nach Erhalt der Rechnung. Der Hotelscheck wird mir umgehend nach Zahlungseingang zugesandt.
Vertrauensgarantie: Diese Bestellung kann innerhalb von 10 Tagen bei Bohmann Druck und Verlag Ges.m.b.H. & CoKG, Leserservice, Leberstrasse 122, 1110 Wien, schriftlich widerufen werden (Datum des Poststempels).

Datum _____ Unterschrift _____

*Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr zum jeweils gültigen Abo-Vorzugspreis, wenn es nicht bis 1 Monat vor Ablauf des Abojahres schriftlich gekündigt wird. Postkarte oder ein Fax genügt. Abo-Angebote nur gültig für Personen mit Inlandanschrift. Auslandsabo: zuzgl. Versandspesen 320.- Schilling / € 23,25

WENN SIE WÜSSTEN, WER BEI IHNEN EIN- UND AUSGEHT...

MC & LB

TREND MICRO™

your Internet VirusWall®

JUNKIE

ist ein Computervirus – eines von vielen, denen Sie Ihre Firmengeheimnisse anvertrauen. Unbemerkt stehlen sie Informationen und legen Ihre Software lahm. Es sei denn, Sie schützen sich mit TREND MICRO. Unsere serverbasierten VirusWalls bewahren Unternehmensnetzwerke vor fremdem Zugriff. Schnell, sicher und rund um die Uhr. Ein echter Horrortrip für Viren: www.trendmicro.at